SOMPO JAPAN

損保ジャパン

CSR Communication Report

2007

CSRコミュニケーションレポート

損保ジャパンの社会的責任報告

損保ジャパングループの目指す企業像

「リスクと資産形成に関する総合サービスグループ」という新しい事業像を確立し、自由化時代に適した自由な発想とチャレンジングな姿勢で、お客さま・代理店・マーケットに評価され続け、株主価値を向上し続ける、確固たる存在感のある企業

損保ジャパングループの経営理念

損保ジャパングループは、

- 個人のくらしと企業活動に関わるリスクに、卓越した「解」を提供することを誇りとします
- お客さまの期待を絶えず上回るサービスの提供を通して、株主価値を創造し、社員とともに成長します
- 先進的な戦略と積極的な行動により、日本を代表する、高いプレゼンスのある企業グループでありつづけます

損保ジャパンCSRの変遷

1992
「地球環境室」設置（国内金融機関初）

1993
社員のボランティア組織「ちきゅうくらぶ」活動開始
「市民のための環境公開講座」開始

1997
事務本部ビルISO14001取得（国内金融機関初）

1998
環境レポート発行（国内金融機関初）

1999
環境財団設立
エコファンド『ぶなの森』取扱開始
本社ビルISO14001取得

2001
サステイナビリティレポート発行（国内金融機関初）

2002
合併
「第1回ステークホルダーミーティング」開催
「損保ジャパン環境方針」制定
「損保ジャパン社会貢献方針」制定
全国の地区本部・支店・支社に“E-ことプロジェクト”導入

2003
CSR・環境推進室設置

2004
CSRに関する「役員提言」実施

2005
SRIファンド『未来のちから』取扱開始

2006
「市民のための環境公開講座」地方開催開始

株式会社 損害保険ジャパン

創　　業	1888年10月
資 本 金	700億円
本社所在地	〒160-8338　東京都新宿区西新宿1-26-1
電 話 番 号	03-3349-3111
U R L	http://www.sompo-japan.co.jp
取締役社長	佐藤 正敏
社 員 数	14,906名
代 理 店 数	57,475店
営 業 網*1	営業部・支店105、営業課・支社・営業所516、海外拠点41
損害サービスネットワーク*1	全国233か所
大株主（上位5位）	ザ チェース マンハッタン バンク エヌエイ ロンドン 株式会社みずほコーポレート銀行 第一生命保険相互会社 日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口） 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）

■主なグループ会社

生命保険事業	損保ジャパンひまわり生命保険（株） 損保ジャパンDIY生命保険（株）
確定拠出年金（DC）事業等	損保ジャパンDC証券（株）
投信・投資顧問事業	損保ジャパン・アセットマネジメント（株）
ベンチャーキャピタル事業	安田企業投資（株）
ヘルスケア事業	（株）損保ジャパン・ヘルスケアサービス
リスクマネジメント事業	（株）損保ジャパン・リスクマネジメント　他

■主な経営指標（2006年度 連結）

正味収入保険料　1,386,662百万円（対前年度増収率△0.6%）
正味損害率　64.3%*2
正味事業費率　30.9%*2
保険引受利益　10,127百万円*2
経常利益　110,541百万円
ソルベンシー・マージン比率　1,010.3%*2
総資産額　7,002,180百万円
純資産額　1,454,744百万円

※金額は記載単位未満切捨て。割合（%）は、小数第2位を四捨五入して第1位まで表示

*1　2007年（平成19年）7月1日現在の数値。その他の数値は2007年（平成19年）3月末のものです。

*2　数字は単体です。

CONTENTS

トップメッセージ 2

損保ジャパンのCSR
損保ジャパンのCSRとは 4
ステークホルダー・エンゲージメント 6
2006年度の成果と2007年度の展開 7

「損保ジャパン再生プラン」の展開
特別対談 8
社員ひとりひとりの再生プラン 10
SNS「社員いきいきコミュニティ」の活用 12
「損保ジャパン再生プラン」の進捗報告 14

コンプライアンス推進態勢 16
情報セキュリティ態勢 18

ステークホルダー別報告

1章 「お客さま第一」の原点へ
お客さまの声を経営に活かす仕組み 20
適切な保険金のお支払い 24
CSR金融の取り組み 28
安全・安心へのリスクマネジメント 30
ヘルスケアサービスの展開 36

2章 代理店とのパートナーシップ
損保ジャパンと代理店の関係 38
代理店とのパートナーシップ 39
代理店の業務品質向上へのサポート 43
代理店との協働による社会貢献活動 44

3章 株主価値を高めるために
株主・投資家とのコミュニケーション(IR) 46

4章 社員がいきいき働く職場へ
雇用の現状と課題への取り組み 48
ワーク・ライフ・バランスの支援 49
ダイバーシティの推進 50
社員の能力開発体系 51
人間尊重推進体制 52
新卒採用活動 54

5章 持続可能な地球環境へ
気候変動への適応と緩和 56
環境マネジメント体制 58
環境パフォーマンスデータ 60
損保ジャパン環境財団の活動 62
環境配慮を後押しする商品・サービス 66
国際的イニシアティブへの参画 68

6章 地域社会との協働
損保ジャパン社会貢献方針 70
社員のボランティア活動(ちきゅうくらぶ) 71
損保ジャパン記念財団の活動 74
美術・文化活動 76

CSRへの取り組み年表 78
第三者意見 80
編集方針・ステークホルダーとの対話 81

一橋大学大学院 教授 谷本 寛治 × 損保ジャパン 社長 佐藤 正敏 再対談
2006年に引き続いての対談。
損保ジャパンのCSRを、今後どう推進していくのか？
P8

P22 わかりやすさを徹底追求し、自動車保険を抜本的に見直す
新しい自動車保険開発プロセスにクローズアップ！

被災者の役に立ちたい。その思いをひとりひとりが胸に刻んで
～能登半島地震の最前線「金沢災害対策本部」～
P26

効率的な事故管理システムを開発し、
グローバル企業の
リスクマネジメントを支援する
P30

地域社会からの信頼こそ財産 ～奄美保険センターを訪ねて～
P39

損害保険会社として、気候リスクに立ち向かう
P56

©Munich Re Group

損保ジャパンのCSRの原点、
「市民のための環境公開講座」15周年
P62

30周年を迎えた財団法人損保ジャパン記念財団
～NPO法人の「育成を通して、福祉社会の基礎を築く～
P74

ともに未来を創る企業であるために
～信頼とパートナーシップを礎に～

より強いガバナンスで次の飛躍へ

損保ジャパンは、2006年9月に新しい中期経営計画を策定しました（p46参照）。ここで重視したのは、同時に策定した「コーポレート・ガバナンス方針」に基づきグループ経営の透明性と説明責任をより向上させることです。また業務プロセス全体や内部監査態勢、社員評価制度などの見直しから再構築に至るまで、より強固なガバナンスの確立を目指した具体的なアクションプランを策定しています。これらの基盤強化は、真のお客さま第一を実現し、当社が持続的に成長するうえで不可欠であると考えています。

また、この中期経営計画実行のためには、何よりも担い手である社員ひとりひとりが自分の頭で考え、行動しなければなりません。私は経営者として、社員ひとりひとりのアイディアが大切にされ、具体策に結びつけられていくような組織を理想としています。やりがいを持って、より質の高い仕事にチャレンジする社員、チームプレーを通じてこれを成果につなげていく社員を育てることが必要です。そうしたいきいきと社員が働ける環境づくりのためにも、私は社員との双方向の対話を重視し、また経営資源を積極的に投入してまいります。

持続可能な
社会の創造に向けての貢献

企業には、持続可能な社会の創造に向けて、それぞれの事業領域で持てる強みを発揮し、行動することが求められています。この観点から、損害保険会社として損保ジャパングループが特に力を入れて取り組むべき本業での領域は“リスクマネジメント”と“金融”であると認識しています。

また一方、当社は社会貢献の柱として福祉・美術・環境の３つの分野で企業財団の活動実績を積み重ねるとともに、「全員参加、地道・継続、自主性」をモットーに社員参加型のCSR活動にも力を入れてまいりました。

こうした本業でのCSR活動に加えた、3財団を中心とする企業としての社会貢献と全員参加で進める社員参加型の社会貢献が、これまで取り組んできたCSR活動の主な領域であり、今後もより充実した展開を図ってまいります。

更に今後は、本業の領域においてはとりわけステークホルダーからの関心と期待が強く、損保ジャパングループとして事業の特質やこれまでの実績が活かせる、①気候変動への適応と緩和、②安全・安心へのリスクマネジメント、③CSR金融を、また社会貢献の領域では④地域における協働の促進を、それぞれ重点課題として取り組んでまいります。

今後もこれらの取り組みを通じて、持続可能な社会の実現に向けて行動します。

パートナーシップへの第一歩を

現代社会が抱える社会・環境の課題の多くは、複雑かつ複合的であり、その解決には社会のあらゆるセクターがともに考え、力を合わせて行動することが必要です。とりわけ企業に対する期待は高まっていますが、当社はその期待に受身で応えるのではなく、課題解決に向けたパートナーシップ構築への最初の一歩を踏み出し、その働きかけをしていく存在でありたいと考えています。

損保ジャパングループは、これからも不断の努力を続けてまいります。

皆さまの一層のご指導・ご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2007年8月

取締役社長　佐藤正敏

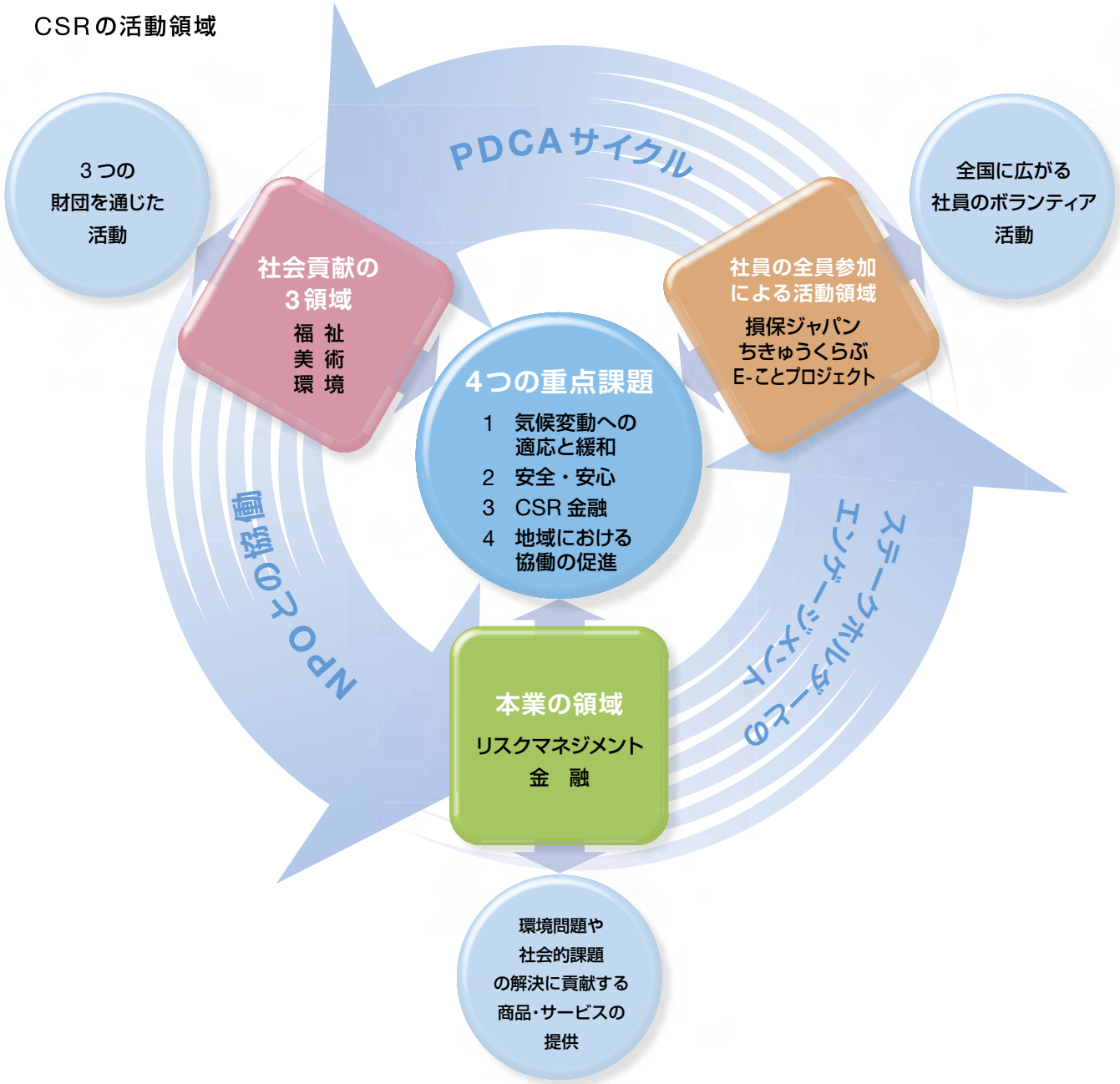
損保ジャパングループは、「社会からの確固たる信頼」を基盤に、「社会的価値の創造」に向けて取り組んでまいります。

私たちは、事業の大前提となる、透明性の高いコーポレート・ガバナンス体制、リスク管理、コンプライアンスの実効性向上、社員がいきいきと働ける企業風土への変革に取り組むこととした「損保ジャパン再生プラン」(p46参照)を策定し、社会からの確固たる信頼の構築のためにその着実な実行に取り組んでいます。

更に、社会とともに持続的な成長を遂げる企業であるためには、損害保険会社としての事業活動の強みを社会的課題の解決に活かし、社員ひとりひとりが自ら考え行動してステークホルダーの期待に応えていくプロセスが欠かせません。私たちは、このような観点をふまえ、CSR活動を「本業の領域(リスクマネジメント・金融)」「社会貢献の3領域(福祉・美術・環境)」「社員の全員参加による活動領域」の3つの領域において展開しています。更に、その領域の中で今後とりわけ注力すべき「4つの重点課題」を掲げ、取り組みを進めていきます。

取り組みにあたっては、"PDCAサイクル"、"NPOとの協働"、"ステークホルダーとのエンゲージメント"という、当社がこれまでにも常に重視してきた3つの要素を推進力としながら、個々の活動を発展させていきたいと考えています。

CSRの活動領域



CSR「4つの重点課題」

1 気候変動への適応と緩和

気候変動は、単なる環境問題の範疇にとどまらず、経済や社会全般に広範な影響をもたらす重大な問題であるため、行政、企業、市民、そして世界が一致団結し、長期にわたって取り組むべき課題です。

損害保険会社にとっても、気候変動によって引き起こされる自然災害や異常気象を原因とする損害、いわゆる「気候リスク」増大への対処は重要な経営課題のひとつであり、早くから気候変動への取り組みを進めてきました。

気候変動対策においては、金融機能に期待される役割が重要性を増しています。当社は、気候変動の影響を受けやすい途上国への適応対策支援、企業や個人が環境配慮企業を選択する投資行動への支援、途上国の温室効果ガスの緩和につながる排出権ビジネス関連の保険などの研究開発といった、本業を通じた取り組みに注力していきます。

気候変動に対する
損保ジャパングループの社会的使命

適応
- 十分な責任準備金、広域災害時の迅速な保険金支払い体制の整備 P26・56
- BCMなどのリスクマネジメントに関するコンサルティング P32
- 気候変動の影響に脆弱な途上国への、新しいリスクファイナンス・スキームに関する研究 etc. P56

緩和
- エコファンドの更なる普及と環境コミュニケーション P28
- 世界の温室効果ガス削減に寄与する排出量取引にかかわる保険の提供 P57
- 紙削減の徹底追求と間伐材の利用推進 P59
- 環境マネジメントシステムによる自らの温室効果ガス削減 P60
- 天候デリバティブなどを活用した新エネルギー導入の促進 P67
- カーボン・ディスクロージャー・プロジェクトや、グローバルコンパクト「気候に配慮するビジネスリーダー綱領」への参加 P68

2 安全・安心へのリスクマネジメント

安全・安心に対するお客さまのニーズをとらえ、時代に対応した商品・サービスの開発や安心できる契約手続きを通じて、個人のくらしと企業活動に関するリスクに、卓越した「解」を提供することは、当社の経営理念のひとつです。

また、長年にわたって蓄積された膨大な事故データやリスクを定量化するノウハウを活用して、社会の安全・安心のためにリスク管理や事故防止に関する情報提供、コンサルティング、啓発・教育活動を推進していくことも、保険会社の本業を通じた重要なCSR活動だと考えています。

3 CSR金融

金融機関としての機能を活用して、社会的課題の解決に寄与する「CSR金融」の推進も重点課題のひとつです。

投融資に関しては、「持続可能性」へ向けた企業の取り組みを評価し、お金の流れを通じて社会の持続可能な発展に貢献する社会的責任投資の普及を推進します。

更に、「リスクと資産形成に関する総合サービスグループ」を目指し、生保事業、確定拠出年金事業、ヘルスケア事業などを推進し、高齢社会を視野に、新しい時代に対応した業務の仕組みを開発し、社会に貢献していきます。

4 地域における協働の促進

損保ジャパングループは、全国に621の営業拠点、41の海外拠点、233のサービスセンターを持ち、更に約6万店余の代理店が、地域に根ざした事業を展開しています。

地域社会の一員として、地域の課題に積極的にコミットし、住民、自治体、市民組織（NPO）などと協働して解決に取り組んでいくことは、地域社会に対する重要な責任であり、社員ひとりひとりがそれぞれの地域に主体的に関わるための活動をサポートするとともに、そのための環境整備も推進していきます。

「社会からの確固たる信頼」と「社会的価値の創造」へ、重要性を増すステークホルダー・エンゲージメント。

CSRの実践において重要な視点のひとつが、ステークホルダーからの期待を的確に理解し、その声に応えていくことを通じて社会からの確固たる信頼を構築することです。

更に、ステークホルダーに働きかけ、共に行動することによって、持続可能な社会の実現に向けて新たな社会的価値を生み出すこともまた重要です。

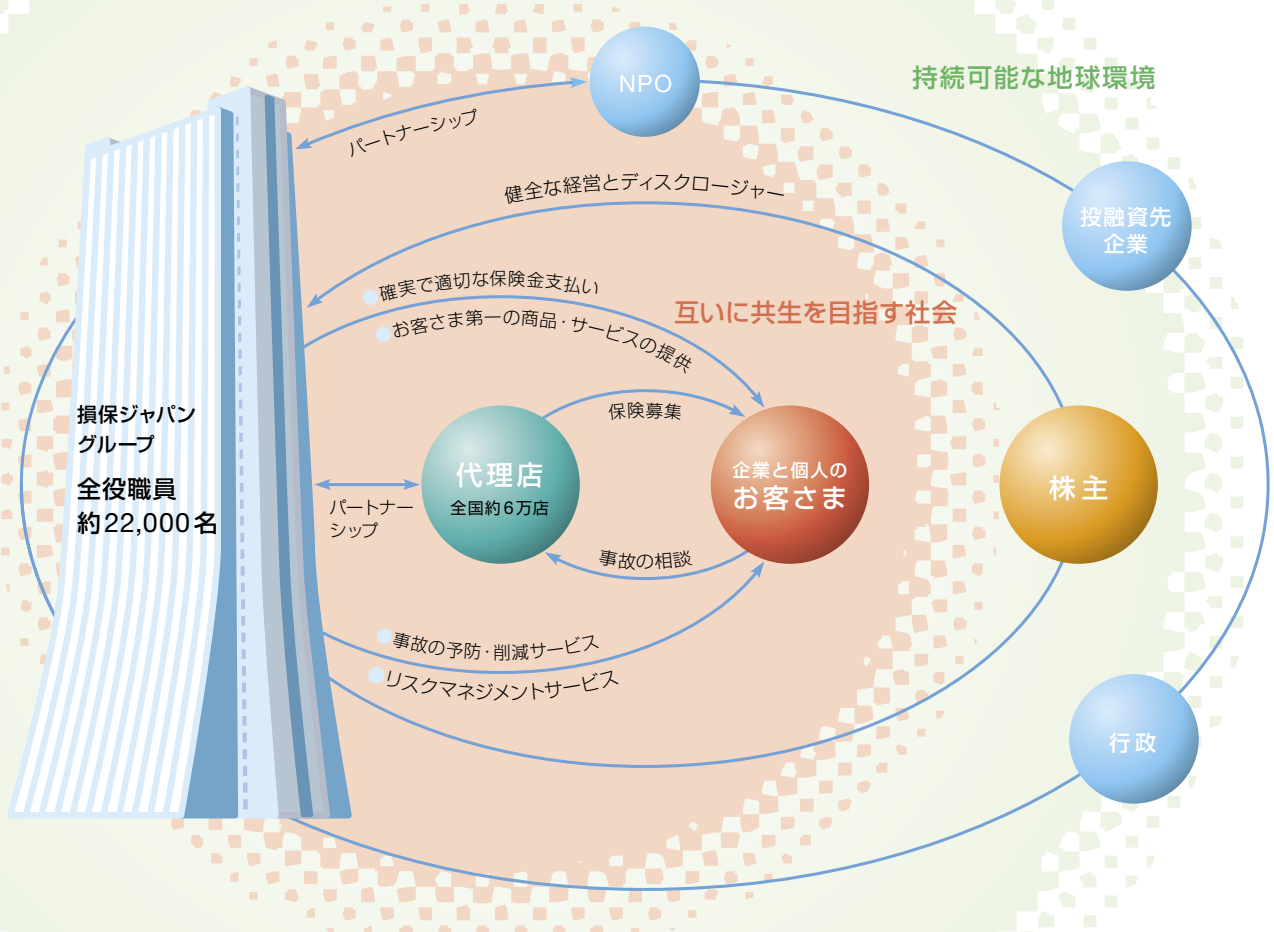
私たちは、ステークホルダー・エンゲージメントをこのように『ステークホルダーとの対話を通じた「信頼関係」と「協働関係」の構築プロセス』ととらえ、CSRの取り組みを深めより大きな成果を生み出すうえで欠かすことのできないものと考えています。

ステークホルダーの声を革新の力に

エンゲージメントの一番の基本は、ステークホルダーの声を傾聴し、その問いかけに応答していくことです。私たちは、2006年度から「お客さまの声」を経営革新に活かした新たな取り組みをスタートしています（p20参照）。「損保ジャパン再生プラン」（p46参照）の中にある業務プロセスの改革もそのひとつです。お客さまの声、代理店の声、社外有識者の声を受け止める新たな仕組みをつくるとともに、これらの声を積極的に活かして業務プロセスの入り口から出口まで、すなわち、商品・サービスの企画開発から保険金お支払いまでのすべてのプロセスを見直し、再構築しています。

共感の輪を広げ、ともに行動するために

また、単にステークホルダーの声を聞いて自らの革新につなげるだけではなく、積極的に働きかけをしていくことも重要です。気候変動をはじめ、現代社会が抱えるさまざまな課題は複雑であり、その解決には社会の多くのセクターの協働が不可欠です。私たちは、持続可能な社会を創造するためにステークホルダーとともに課題を考え、共感の輪を広げ、行動したい、という思いから15年間「市民のための環境公開講座」を続けてまいりました（p62参照）。2006年度からはこの共感の輪を更に広げるために地方開催も始めています。今後は「CSRダイアログ」開催をはじめ、地域の皆さまとともに考える機会を増やし、協働をより促進していきたいと考えています。



CSRを事業推進プロセスに浸透させるためのPDCAサイクル。

損保ジャパングループは、各事業推進のプロセスの中にいかにCSRを組み込めるかに注力してきました。

2006年度から、事業の強みを、社会の課題の解決のために活かす「4つの重点課題」を掲げ、各部署の業務に呼応した具体的な目標を定める取り組みとともに、その実効性を高めるために、PDCAサイクルに基づいて達成状況の検証・評価を行うことを開始しました。年度当初に各部署がCSR・環境推進室との間で個別目標設定に関する打合せを行い、目標を設定し、年度末には設定した目標の総括をそれぞれ行い、マネジメント・レビューとして、経営トップによるレビューを行っています。

Check→Actionのプロセスにおける重要なツールとして位置づけているのが、損保ジャパン「CSRコミュニケーションレポート」です。そのため、レポートの作成には、毎年多くの担当部署の社員が参画しており、2007年の本レポートも、延べ約110名の社員が執筆などに携わっています。レポートを通じてステークホルダーの皆さまからいただいたご意見や評価を次年度の取り組みに活かしていきます。

また、CSRが各部署の事業推進プロセスに組み込まれるために、社員ひとりひとりの「気づき」を促す研修をはじめ、CSRダイアログなど、数多くの社員が参加する双方向のCSRコミュニケーションを継続してまいります。

Plan（計画）――「CSR・環境実施計画表」の作成など、各部署のCSR・マネジメント計画の立案
Do（実施）――CSR推進に向けた部署全員での取り組み
Check（点検）――達成度合いの確認、自己評価とステークホルダーからの評価
Action（行動）――改善・向上に向けた対策の実施

ステークホルダー	主な取り組み目標	4つの重点課題	2006年度の主な成果	2007年度の展開	該当ページ
企業と個人のお客さま	お客さまの声を経営に活かす仕組みづくり		お客さまの声を活かす専門部署の設置	「お客さまの声白書」の発行	P20
	わかりやすい保険商品の開発	安全・安心	お客さまの声、全国の代理店や第一線の社員の声を幅広く収集	わかりやすさを追求した新しい自動車保険発売と「取扱説明書」の開発	P22
	適切な保険金のお支払い	安全・安心	サービスセンター職員の増員とトレーニングセンターの設置	社員教育、研修のインフラ整備など	P24
	社会的責任投資の普及	CSR金融	年金向けエコファンドや適格機関投資家向けエコファンドを開発	商品ラインナップの更なる拡充	P28
	安全・安心へのリスクマネジメントの提供	安全・安心	（株）損保ジャパン・リスクマネジメントが企業の統合リスクマネジメントを支援するERM研究開発部設立	新たなリスクマネジメント手法の開発	P32
	ヘルスケア分野への貢献	安全・安心	メタボリックシンドローム対策に関するサービスの提供	（株）損保ジャパン・ヘルスケアサービス設立、企業のメンタルヘルスケア対策の総合的な支援	P36
代理店	代理店との共生		代理店モニター制度やPS（パートナー・サティスファクション）アンケートの実施	（株）損保ジャパン人財開発設立、代理店サポートセンターの開設	P38・43
		地域	自動車整備業代理店で、ISO9001の一斉取得	「環境に優しい自動車整備工場等の顕彰事業」への取り組み支援	P42
株主・投資家	株主価値増大と情報開示		国内外で年200回以上のミーティングを実施	海外での更に活発なコミュニケーション	P46
社員	多様な働き方を尊重し、社員がいきいき働ける制度と環境整備		キャリア・トランスファー制度の新設	次世代育成支援対策推進法の認定を取得	P49
			「ダイバーシティコミッティ」の開始	男性を含めた全社員への取り組み拡大、ファミリーウィークの開催	P50
			肥満対策など健康管理に役立つ新たなプログラムの提供	メンタルヘルスに関する体系的な取り組みの開始	P53
			時間管理システム導入による社員の適正な労働時間の管理	休日・休暇取得の推進	P53
持続可能な地球環境	気候変動をはじめとする地球環境問題への幅広い取り組み	気候変動 CSR金融	京都メカニズムクレジット取得における保証スキーム開発・提供	途上国の適応対策としてのリスクファイナンス手法などの研究	P57
		気候変動	ドキュメントマネジメントによる紙削減の検討	ドキュメントマネジメントによる紙削減の推進、間伐材の利用拡大	P59
		地域	「市民のための環境公開講座」初の地方開催	「市民のための環境公開講座」15周年記念シンポジウムなどの開催	P62
		CSR金融	「UNEP FI・PRI（責任投資原則）」への署名	国際的なイニシアティブへの参画を通じたエンゲージメントの強化	P68
		気候変動	国連グローバルコンパクト「気候に配慮するビジネスリーダー綱領」への署名		
互いに共生を目指す社会	社員の社会貢献活動推進および支援	地域	全国各地で延べ229の社会貢献プログラムを実施	地域の各セクターとの協働強化	P72
	社会福祉分野での貢献	地域	NPO法人設立助成に加えて、基盤強化助成を充実	各地域での社員活動との連携	P74
	美術・文化分野での貢献	地域	6つの美術展を企画・運営小中学生向けプログラムの実施	より幅広い層への訴求と青少年教育活動の展開	P76
	CSRコミュニケーションの深化		ステークホルダーと、ウェブ上での双方向コミュニケーションを継続実施	「CSRコミュニケーションサイト」を刷新しウェブでのステークホルダーとの対話促進	P81

全国の現場と徹底的に議論した1年間。社員いきいきの風土をつくり、持続的に成長する会社へ。

全社員とのface to faceの対話で現場の変化を実感

谷本　社長就任直後の2006年の8月*にもお話をうかがいました。保険金の一部支払い漏れ問題などを契機に、「損保ジャパン再生プラン」を打ち出し、コンプライアンスや第一線の営業のあり方、人事評価などの見直しを徹底的に進めてこられた1年だったと思います。1年を振り返って、社長自身はどのような感慨をお持ちでしょう。

＊佐藤社長の就任は2006年6月

佐藤　さまざまな変革のなかで特に私が重視したのは、徹底して現場の声を聞くことです。1年間かけて全国126の部支店のうち120を回り対話を重ねてきました。海外では約40支店中、半数近くを回りました。お客さまの一番近くにいる代理店の皆さまの生の声を聞き、社員は若手からベテランまで本音で話し合ってきました。

全国を回って肌で感じたのは、社員が少しずつ変わってきたなということです。ひとりひとりが自分で考え声を出そうとしている。

経営トップ一人が声高に叫んでも物事は前に進みません。社員自身が、自らの問題提起によって改善できたと実感することで、前向きな行動を起こせば会社が変わるんだという共通認識を、全国に広げることが大切です。

谷本　CSRを推し進めるためには、組織内で価値観を共有し、経営に組み入れていくことが大事で、それには何よりもトップが理念を持って企業の方向性を決め、メッセージを繰り返し発信していくことです。そのために、有言実行で宣言どおり自ら現場に足を運ばれたのですね。

佐藤　CSRもそれを実行するのは↙

トップが理念を語り、共通の企業文化としていくことが大切。

谷本 寛治氏

一橋大学大学院教授

↙最終的には"人"です。ですから、全社員とFace to Faceで対話したいと思っているのです。

谷本 寛治（たにもと かんじ）

1979年大阪市立大学商学部卒業。1984年神戸大学大学院経営学研究科博士課程修了。和歌山大学経済学部教授などを経て、1997年より一橋大学商学部教授。2000年より一橋大学大学院商学研究科教授。経営学博士。研究テーマは企業システム論、企業の社会的責任。近著に「SRIと新しい企業・金融」（編著）「CSR―企業と社会を考える」「ソーシャル・エンタープライズ」（編著）ほか。NPO法人SIJ（ソーシャル・イノベーション・ジャパン）代表理事

「基盤がっちり」と「社員いきいき」は表裏一体

谷本　コンプライアンスはともすると形だけになりがちです。倫理規程やマニュアルを策定して通達を出すだけでは、時間が経てば元に戻ってしまう。コンプライアンスの基本は企業風土や組織文化をどう改革するかという問題ではないでしょうか。

佐藤　そのとおりです。私は「～してはいけない」と規則でがんじがらめにするのではなく、社員がいきいきと働ける企業風土こそがコンプライアンスの基本だと考えています。

たとえば、同僚がこの仕事のやり方はおかしいと言い、自分も同じように感じたら、「ここを直そう」と、声を上げられる企業風土を築いていきたいと思っています。各職場でいろいろな改革・改善のアイディアが湧き上がり、それをチームプレーで実行する会社にしたいですね。

また、損保ジャパンで働く社員の半数近くが女性ですが、全国のそれぞれの地域で、女性が責任と権限をもって働ける会社にしたい。そのためには、女性管理職登用の制度などを整えるだけでなく、きちんと産休や

高い品質を維持しながら成長し続けるために、働きがいのある会社にしたい。

佐藤 正敏

損保ジャパン取締役社長

育児休業をとれる企業風土を培うことが必要です。フェアプレーの風土をつくり上げるためにも、女性の感性や能力を真に活かす会社にしたいと考えています。

2007年度を「教育元年」とし、研修の充実を図る

谷本　制度を整えることはできても、それを実行できる仕組みがないと、精神論で終わってしまいます。今回の一連の改革のなかでも、人員の配置を思い切って見直したり、人事評価を変えたりと、制度を機能させるための組織のあり方などにメスを入れたことが重要ですね。教育研修も、3か月間の新入総合職員研修を、今年から6か月間に延ばしたと聞いていますが、その狙いは何でしょう。

佐藤　2007年度を「教育元年」と位置づけ、社員教育に力を注いでいます。保険会社の社員として現場感覚を持って十分な保険知識を身につけるために、代理店実習として1週間～10日間、代理店と一緒にお客さまへの保険販売の現場を経験させるようにしました。また、事故処理の実務を学ぶため、事故対応の最前線であるサービスセンター（SC：事故対応サービス拠点）での1か月間の研修も必須としています。

入社して最初に、契約と支払いという損害保険の原点を学ぶことは、後に「お客さま第一」を実践するために非常に大切なことです。

「良い会社」とは？

谷本　今、企業の社会的責任が強く求められ、企業を評価する視点も変わりつつあります。あらためて企業の価値について考えたとき、佐藤社長は「良い会社」とはどのような会社だとお考えでしょうか。

佐藤　真の「お客さま第一」を実現するために、まずは、①保険会社の使命としてきちんと保険金をお支払いするためのサービスセンターへの経営資源投入、②お客さまサービスの最前線にいる代理店との共生、③社員・代理店の教育、④女性の活躍推進、⑤コンプライアンス　という5つの課題に優先的に取り組んできました。

更に中長期で考えると、私は会社のあるべき姿、つまり「良い会社」の条件は次の3点であると社員に話しています。①高い品質を維持しながら「成長し続ける会社」、②「働きがいのある会社」であり、そして③「働きやすい会社」であることです。

CSRを推進する原動力は社員ひとりひとりですから、これらは真の「お客さま第一」を実現し、社会からの支持と信頼を高めるために不可欠であると考えています。

みんなのベクトルを合わせ新たな一歩を踏み出したい

谷本　CSRの議論は、会社の質を問い直すきっかけを与えるものです。社会から信頼され続けるには、経営トップが強いリーダーシップで5年後、10年後にどんな会社にしたいのかという価値観を明確に語り、全社員で共有し、文化として定着させることが大切です。

佐藤　人の行動を変えるには現場との対話も必要です。Face to Faceの双方向コミュニケーションによって、社員、代理店、みんなのベクトルをそろえ、信頼され、成長し続ける損保ジャパンをつくっていきたいと思います。

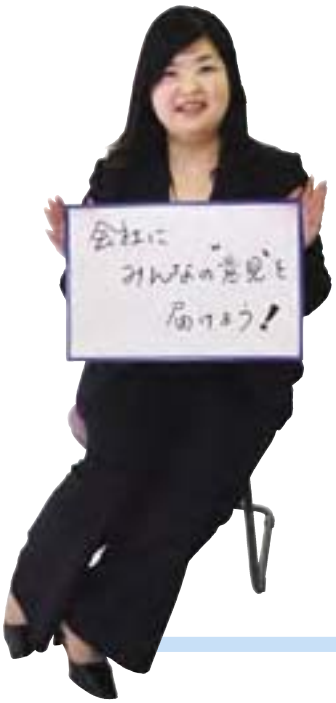
ひとりひとりの意識と行動が損保ジャパンの信頼を形づくっていきます。

ひとりひとりが自らの胸に刻んだ再生プラン

2006年5月に行政処分を受け、同年8月に「損保ジャパン再生プラン」を策定した後も、損保ジャパンがステークホルダーの皆さまから再び信頼され、支持されるために、今何をすべきなのか？私たちは引き続き問い直してきました。

新しい経営体制のもとで、さまざまな改革の取り組みを進めるなか、社員ひとりひとりも自ら考え、歩み出しています。

現場の第一線の社員ひとりひとりが、再生プランをどのようにとらえ、何を決意し、行動しているのか？社員の率直な思いを報告します。

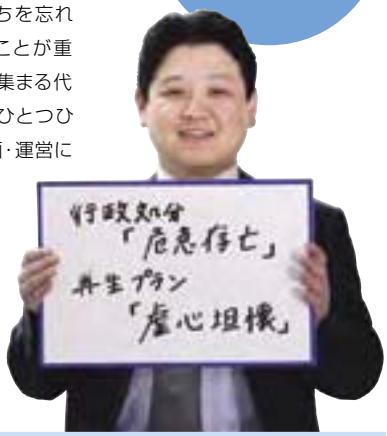


福岡中央支店
博多支社
主任
西岡 美穂

い ま会社全体が、いろいろな機会を設けて現場の声を活かそうという雰囲気にあります。これまでなら「言っても仕方がないな」と半分あきらめていたことも、建設的な意見を出していけば会社が変わる！と現場が自覚を持ちはじめています。これからも、前向きなたくさんの声を会社に届けていきたいですね。

行 政処分のときは、入社以来初めて大きな危機感に襲われました。「再生プラン」を冠だけにせず、真に自分自身の職場に浸透させるには、明るさと謙虚な気持ちを忘れず具体的に行動することが重要。コールセンターに集まる代理店やお客さまの声ひとつひとつに耳を傾け、企画・運営に活かしていきます。

札幌コールセンター室
課長
髙橋 宏司

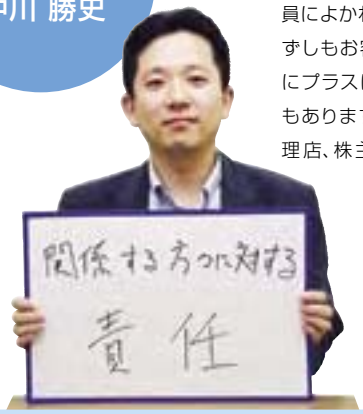


中部サービスセンター第一部
名古屋第二サービスセンター課
業務主任 **萩原 志保**（左）
名古屋東サービスセンター課
業務主任 **河合 利香**（右）

こ れまでお客さまから言われて初めて対応してきたことは、実は当たり前に主体的にやるべきことだった、ということに気づきました。（萩原）

社 内のさまざまな部署と意見交換をするようになって、会社全体の動いていく方向のなかで、自分の職場や行動の問題点を広い視野で見つめるようになりました。（河合）

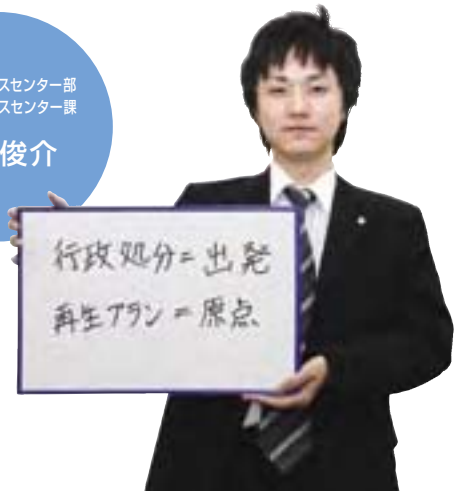
営業企画部
課長代理
中川 勝史



ひ とつの行動がいろいろな人に影響を与えます。所属部門がよくても他部門に悪影響を与えるとダメですし、社員によかれと思っても、必ずしもお客さまや代理店にプラスにならないものもあります。お客さま、代理店、株主、同僚など、関係するすべての人に対して、自分の行動に責任が持てるかを考えていきたいです。

以前は、目標成績が先にあって、代理店にいかに契約を取ってもらうかということばかり考えていました。その思考回路を、お客さまを出発点に換えようと取り組みはじめたところです。まだまだできていない部分も多いのですが、代理店の先にいるお客さまを意識して行動するよう心がけています。

長野支店
自動車営業課
主任
小口 寛人



関西サービスセンター部
大津サービスセンター課
岡根 俊介

入社は2006年春、行政処分で揺れる中の新人研修でした。むしろいい時期に入ったと思います。真にお客さま第一を徹底する機運にあり、原点からのスタートですから。現在は事故で困っているお客さまに直接応対する部署にいます。電話だけですませず、積極的にお客さまのもとに出向くようにしています。

岩手支店
盛岡総合支社
梅本 菜穂子

業務停止のとき、代理店にかわってお客さまと直接電話でやりとりし、私たちにとっては当然でも、お客さまにとっては当たり前ではないことがいかに多いかを痛感しました。書類の先にあるお客さまのことを考えながら、小さなこともおろそかにせず、仕事を進めていきたいと考えています。

2年間社外に出向し、社内の常識は必ずしも社会で通用しないということをつくづく感じました。損保ジャパンは今が変革のとき。そしてその変革の原点は、お客さまの声をしっかり受け止めることだと思います。私自身も原点に立ち戻り、お客さまの声を各部署に届け、幅広い視野で改善につなげていきます。

お客さま相談室
主任
伊崎 徹

自らが考えて行動する社員づくりを目指して。

「社員いきいき推進」の実効性を高めるツール

損保ジャパン再生プランにおける事業展開の大前提である、「基盤がっちり推進」、「社員いきいき推進」の実効性を高めるため、当社社員を対象とした登録制のSNS*型ネットコミュニティ「社員いきいきコミュニティ」を2006年10月に開設しました(p14参照)。

企業内でのSNSの運用は、国内での前例がまだ少なく、活性化が困難と言われていましたが、当社では社内SNSを通じて、社員が経営や全国の社員と本音で語り合い、気軽に相談しあえる環境を作り上げるとともに、良い情報だけではなく、悪い情報(悪習・不満・不信感)についても共有化を図ることで、自らが考えて行動する社員づくりを目指しています。

*SNS:ソーシャル・ネットワーキング・サービス(Social Networking Service)。人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWebサイトのこと。

「社員いきいきコミュニティ」開設の目的

❶ 社内コミュニケーションの円滑化

仕事や趣味など、共通のテーマで意見や情報を共有できるコミュニティを作り、自由に議論することで、社内の硬い関係だけでは伝わってこない情報や、現場の様子が経営にも届きやすくなると考えました。SNSならではの機能である友達登録や、業務やプライベートを織り交ぜた日記の書き込み、ハンドルネームの利用によって、活発なコミュニケーションを展開しています。

❷ 真のプロフェッショナル化

同じ目的・立場・悩みを持つ仲間が、本音で業務について話し合うことで、支え合いの意識が生まれ、日々のやる気が向上します。また、多様なメンバーの意見や、他部署で蓄積されているノウハウ、新しい情報にふれることで、より広い視野が生まれ、

■ホーム画面例

管理者からのお知らせ

事務局からのお知らせ。日記への書き込みやメッセージの連絡など

プロフィール

最新情報

- **教えて!新着情報**
  わからないことや困ったことなど助けてほしいときに作成
- **ジャパ友の新着日記**
  ジャパ友になった人が書いた新着日記のタイトルが表示される
- **最近コメントした日記**
  コメントした日記が表示され、新たにコメントが追記された場合はNew!!と表示される

自分の日記

ジャパ友リスト

ジャパ友(友達)の写真とハンドル名が表示される

参加コミュニティ&サイト

コミュニティとは、共通する業務や趣味など、意見や情報を共有する場所。現在、業務系、自己研鑽系、親睦系など約50のコミュニティで活発な意見交換が行われ、アイディアやツールの共有も始まっている

クチコミレビュー

おすすめの本やDVD、CDなどを紹介するコーナー

現状を変えていこうという意欲を持って「お客さま第一」を実現できる真のプロフェッショナルに成長していきます。

❸ 健全な規範意識の醸成

現状の組織の枠にとらわれず、大きなグループの中で、オープンなコミュニケーションを経験することで、組織全体のモラルが、より高いレベルへと自発的に向上していきます。

毎日活発な コミュニケーションが展開

現在は、営業、サービスセンター全職場の代表者を中心に、1,300名強が登録しています。2週間に登録者の約半数が活用し、毎日約20本の日記が作成され、それに対するコメントが毎日約180件追加されています。

日記の内容は、社内連絡文書や戦略・施策に対する疑問や要望、人事や給与などの諸制度に関する問題、日常業務に対する問題意識など、仕事を中心にプライベートや趣味に関することまで多岐にわたっています。

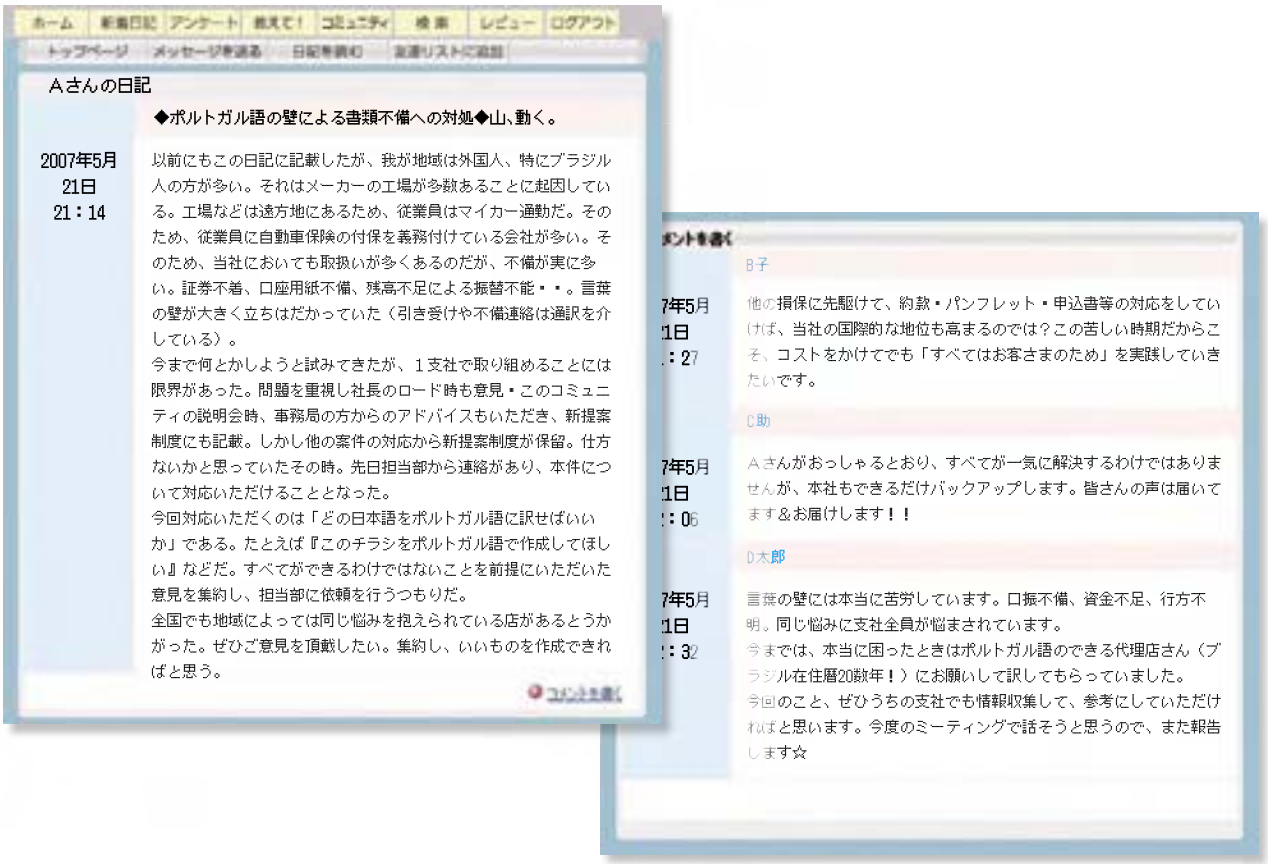
このコミュニティを活用し、全国の社員ひとりひとりから企業体質の改善や経営品質の向上を図ることで、「損保ジャパン再生プラン」に沿った「信頼回復」、「社会への貢献」、「お客さま第一の実現」を加速させていきます。

現場の好取り組みが どんどん全国に展開しています。

社内SNSがスタートして9か月。リアルな人間関係とは別のつながりが広がっており、当初の想定以上に、社内の活性化に結びついています。好取り組み事例が全国に広がるスピードも、これまでの意思決定のルートでは考えられないほど。自分たちの責任で前向きに取り組もうという意欲が伝わって来るんです。

経営企画部
経営品質グループ
課長
槻木 清隆

■こんなコミュニケーションが展開されています。
〈日記例〉



「基盤がっちり推進」と「社員いきいき推進」を両輪に。

2006年5月の行政処分を受けて、当社は「損保ジャパン再生プラン」(p46参照)を策定し、金融庁に提出した業務改善計画の着実な実行およびそれを大前提とした成長戦略の遂行に取り組んでまいりました。

Ⅰ.基盤がっちり推進

1. 保険金の支払い漏れを防止するために

適時・適切かつ漏れのない保険金の支払いを実現するために「保険金等支払管理態勢の構築に係る方針」を策定し、これに沿って社内態勢の整備を進めました。

また、保険金の支払いまたは不払いに係る判断の適切性を検証するために、本社内に「品質管理室」を設置しました。

2. 生命保険募集に係る不適切行為を防止するために

営業担当社員が目標達成や人事評価を過度に意識して不適切行為を行った点を重く受け止め、次のような取り組みを開始しました。

第1に、本部と第一線の意見交換を重ね、経営目標の達成および第一線における実現可能性の両面を勘案して、営業上の目標を設定しました。

第2に、目標達成に不可欠となる代理店販売力について、分析手法を高度化させるとともに、分析結果をふまえた適切な営業施策を展開することとしました。

第3に、第一線の業務運営の状況を的確に把握することができるよう各種モニタリングを実施するとともに、把握した課題に適切に対応すべく経営管理態勢・内部管理態勢を整備しました。

第4に、目標達成を過度に意識させるような表彰制度・人事評価制度を見直すとともに、不適切行為を抑止すべく懲戒制度の運用を強化しました。

3. 他人名義の印鑑の使用を撲滅するために

印鑑の不正使用を把握した場合の対応方針を定めるとともに、不正使用撲滅に重点を置いた研修および業務点検を実施するなど、代理店指導を強化しました。

4. 海外営業活動における不正行為を防止するために

外部コンサルタントを起用し、本社の海外拠点管理態勢および海外拠点における内部管理態勢・不祥事件防止態勢を検証する作業を進めました。

また、グループ会社管理部門が実施する海外拠点モニタリングおよび内部監査部門が実施する海外監査において、外部コンサルタントの指摘事項などをふまえて内部管理態勢の整備・機能状況を点検しました。

5. 個人情報管理をより一層強化するために

業務に関係のない情報アクセスを制限する技術的安全管理措置を講じるとともに、実際の情報アクセスが業務上必要なものか否かを検証するモニタリングを実施し、個人情報管理態勢を強化しました。

また、代理店が委託解除後に代理店システムを利用することを防止するため、システム停止措置を徹底するとともに、不正使用の有無を検証するモニタリングを実施しました。

6. 法令等遵守をより一層徹底するために

社外委員中心の「業務監査・コンプライアンス委員会」を設置し、その監督のもとで内部監査態勢・法令等遵守態勢・苦情対応態勢の整備を進めました。

内部監査面では、監査要員の量的・質的な増強、監査結果を業務改善につなげるための権限の強化、代理店無予告監査および本社施策モニタリングの実施などを行いました。

法令等遵守面では、誓約書取り付けや研修を通じたコンプライアンス意識の再徹底、コンプライアンス強化月間の設定、コンプライアンスを重視した人事評価制度の改定などを行いました。

苦情対応面では、苦情の多発する業務プロセスを洗い出すための苦情分類の見直し、再発防止に向けた本社関連部への改善指示、本社関連部による対応状況のフォロー、苦情受付状況の公表などを行いました。

Ⅱ.社員いきいき推進

1. 第一線の声を業務改善に活かす

経営と第一線とのコミュニケーションを向上し、第一線の声を業務改善に活かすため、次のような措置を講じました。

社長が全国の部支店(営業部門および保険金支払い部門)を訪問して、第一線の社員と対面・双方向の意見交換を行う「佐藤さんと語る(社内呼称)」を実施しました。職務内容、職層などにより細分化したグループ・ミーティングの実施など、意見を出しやすくする工夫を講じています。

また、第一線社員が業務上の問題を互いに相談し合い、あるいは改善に向けた意見・要望を発信する「社員いきいきコミュニティ(第一線モニ

ター制度）」を開始しました。

※第一線とは、お客さまとの接点をもつ営業部門および保険金支払部門のことをいいます。

2. 社員ひとりひとりが自ら考え、実行する

ともすれば営業重視に偏りがちであった企業風土を変革するため、地区本部長の期待役割や人事評価制度の見直しなどを実施しました。

また、社員ひとりひとりが自ら考え、実行する企業風土を醸成するため、プロセス重視の社員表彰制度を実施するとともに、日常行動を重視して昇進・昇格などを判断するなどの人事制度を整備しました。

「社外の目」を取り入れた透明性の高い経営

委員会設置会社に準じた2つの委員会（指名・報酬委員会および業務監査・コンプライアンス委員会：外部有識者主体）を設置し、「社外の目」を取り入れた透明性の高いコーポレート・ガバナンス体制としました。

1. 指名・報酬委員会の活動

2006年度は、委員会を5回開催し、役員の選任、報酬体系および評価制度を審議しました。特に評価制度については、委員会の提言をふまえ、処遇に反映するための評価制度および再任・昇格を判断するための評価制度を設けることとしました。

2. 業務監査・コンプライアンス委員会の活動

2006年度は、委員会を7回開催し、内部監査態勢、法令等遵守態勢、苦情対応態勢などについて審議しました。特に苦情対応態勢については、委員会の提言をふまえて、苦情分類の見直し、意見・要望などを含む「お客さまの声」の一元管理などを実施しました。

行政処分後の各種調査

行政処分後も、自動車保険などに係る保険金の支払い漏れの調査を継続するとともに、第三分野商品に係る保険金不払い事案の検証、火災保険における保険料率適用誤りの調査を行いました。

1. 自動車保険などに係る保険金の支払い漏れ

❶ 主たる保険金を支払った場合に、自動的に支払われるべき付随的な保険金（見舞金、香典、代車費用などを補填する臨時費用保険金など）
❷ 支払い要件が同一である主たる保険金が複数ある場合におけるそれぞれの保険金
❸ 支払い要件が近接する主たる保険金が複数ある場合におけるそれぞれの保険金の3つの類型について支払い漏れの調査を実施しました。

その結果、保険金の追加的な支払いが見込まれる事案4万8,495件（支払い見込額33.8億円）を把握し、4万7,615件（98.2%）について支払い手続きを完了しました（2007年4月27日現在）。

2. 第三分野商品不払い事案の検証

第三分野商品（医療保険など）において、支払い対象外であること（始期前発病）、保険契約に解除事由があること（告知義務違反）などを理由として保険金を支払わなかった事案の中に、本来は支払うべきものがなかったかを検証しました。

その結果、追加的な支払いが見込まれる事案706件（支払い見込額2.9億円）を把握し、672件（95.2%）について支払い手続きを完了しました（2007年4月27日現在）。

3. 火災保険における保険料率適用誤り

火災保険において、保険料率適用誤りが生じている可能性のある「外壁コンクリート造（ALC造等）の木骨建物」、「省令準耐火建物（2×4建物等）」および「マンション料率建物」について該当契約を洗い出し、契約内容の適正性を点検しました。

その結果、正当な保険料との差額を支払うべき事案4万121件（支払い見込額9.7億円）を把握し、適正な契約内容に是正するとともに、保険料を返れいいたしました。

損保ジャパンひまわり生命の追加支払い事案

損保ジャパンひまわり生命（株）では、2001年度から2005年度までの過去5年間における保険金等の支払い事由が生じた事案（約18万事案）の実態把握調査を行った結果、保険金等の追加的なお支払いを要する案件1,137件（1億2,460万4,000円）を把握し、1,025件（9,868万8,000円）のお支払いを完了しました（2007年4月13日現在）。

URL **信頼回復への取り組み**
http://www.sompo-japan.co.jp/about/reconf/

コンプライアンスマインドの定着から具体的な行動へ。

会社としての仕組みの構築に加え、社員ひとりひとりが自ら考え、
組織として課題解決に向けて具体的に取り組むことにより、実効性のあるコンプライアンス態勢の定着を図っています。

コンプライアンス推進計画・実行計画の策定

2006年度の活動から見えてきた課題

損保ジャパンでは、毎年度、「コンプライアンス推進計画」の基本方針を取締役会で決議しています。そして、全社の推進計画をふまえ、全国の職場ごとに「コンプライアンス実行計画」を策定し、具体的な行動を定めることにより、コンプライアンスを推進しています。

2006年度の取り組みを通じて、以下のような課題が明らかになりました。

- コンプライアンスの重要性が頭で理解されていても、具体的な行動にまで反映されない場合がある
- コンプライアンスの取り組みが弱い部店・課支社が依然として存在する
- 代理店への働きかけが更に必要である

そこで、2007年度は、「マインドの定着から具体的な行動へ」をキーワードに、社員ひとりひとりが自ら考え、判断し、行動することにより、信頼回復のために代理店と一体となった取り組みを実践していきます。

2007年度コンプライアンス推進計画

〈1〉コンプライアンスを重視した経営姿勢のたゆまぬ表明と実践

コンプライアンスを重視し、常に誠実であり続ける、という信念を社員・代理店と共有できるように、経営陣が常に姿勢を明示し、事業を遂行していきます。

〈2〉法令等遵守と高い倫理観に基づく行動に向けたマネジメント力の強化と社員の実践

特に、「損保ジャパン再生マネジメント研修」など（p51参照）を通じてマネジメント力を強化することにより、マネジメント層が、率先垂範と部下指導を行うことで、全社員の行動に結びつけていきます。

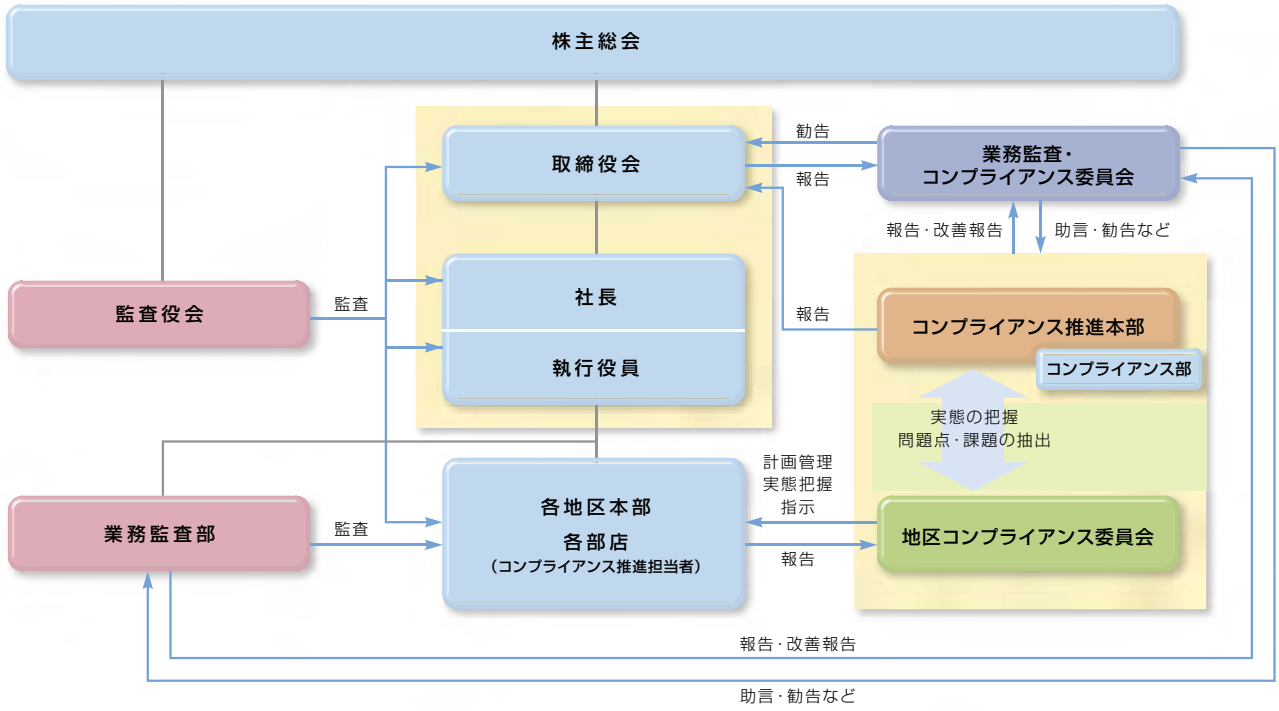
〈3〉適正な保険募集態勢と適正な保険金支払い態勢の構築

代理店との共生をベースに、適正な保険募集態勢と適正な保険金支払い態勢の構築により、お客さまからの信頼回復に努めます。

〈4〉問題を早期に把握し解決するための実効性ある仕組みの整備・定着

各職場における点検や、コンプライアンスミーティングの実効性を高めるなど、職場内のコミュニケーションを活発にして、問題を早期に把握し、チームで課題解決に向けた具体的な取り組みを実施することを目指します。

コンプライアンス推進態勢図



損保ジャパンでは「コンプライアンス推進本部」「地区コンプライアンス委員会」などを中心に全社のコンプライアンス推進を図っています。
また「業務監査・コンプライアンス委員会」の監督により、「社外の目」を取り入れた推進態勢となっています。

コンプライアンス徹底のための仕組み

全役職員のコンプライアンスマインドの定着と具体的な行動のため、次のような取り組みを実施しています。

■コンプライアンスホットライン

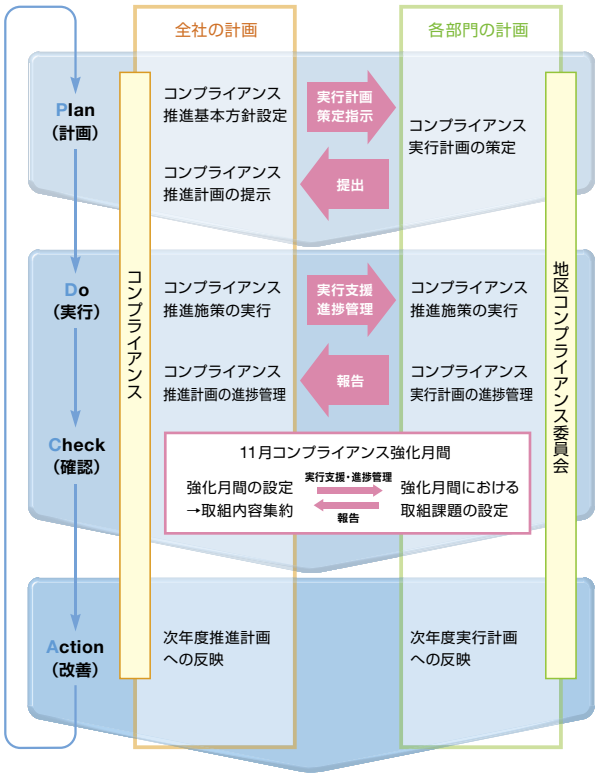
社員のコンプライアンスに関する悩み、問題点についての直通相談窓口として、「コンプライアンスホットライン」を2002年5月から社内に、更に2005年12月からは社外（弁護士事務所内）にも設置し、電話・メール・書面での相談を常時受け付け、問題解決に取り組んでいます。

損保ジャパン コンプライアンス ホットライン Ring-Ring 110

■コンプライアンス研修

従来から、全役職員に年間4回以上のコンプライアンス研修の受講を必須としています。実際に発生しうる不適切行為を題材にしたケーススタディ型研修を充実させるなど、議論を通じて自ら考え、実際の行動に活かせる研修を展開しています。

コンプライアンスのPDCAサイクル



■コンプライアンステスト・アンケートの実施

社長を含む全役職員を対象に、毎年コンプライアンステストを実施しています。2006年度からは、テストと同時に、コンプライアンスアンケートも実施し、全役職員へのコンプライアンスマインドの浸透度合いや、各施策の有効性を図る手段のひとつとしています。アンケートの結果は、次年度の施策に反映していきます。

■社内衛星放送

社内衛星放送を使ってコンプライアンス関連情報の提供や解説を行う「がっちり納得♪コンプライアンス」を毎月放送しています。社員、代理店の日常業務の基本となる重要なルール・あるべき行動について、知るだけでなく、納得し実践できるような情報を発信しています。

■コンプライアンスメッセージの発信

社内のあらゆる機会を通じて、コンプライアンスに関するメッセージを社員に発信しています。

- 経営陣による会議などにおけるメッセージの発信
- マネジメント層による職場内でのメッセージの発信（メールなどを利用）
- 毎日の業務用パソコン起動時にコンプライアンスメッセージの表示

など

■コンプライアンス強化月間

2006年度から、11月を「コンプライアンス強化月間」として、集中して取り組むことにより、意識の徹底と取り組みの定着を図ります。強化月間中に各職場で生まれた取り組みやツールは、社内衛星放送や全社情報ネットワークなどを通じて全社で共有しています。

■コンプライアンス必携・コンプライアンスマニュアル

全役職員は、コンプライアンス規程・関連法規の抜粋などを記載した「コンプライアンス必携」を常時携行しており、日頃は、「コンプライアンスマニュアル」を手元に置いて参照するなど、ひとりひとりのコンプライアンス意識・知識の向上、日常の業務などに活用しています。

コンプライアンス必携

コンプライアンスマニュアル

お客さま情報を適正に取り扱う態勢整備と、実効性の確保に向けて。

個人情報保護をはじめ情報セキュリティ強化に向け、専門部署を設置するとともに、
社員や代理店の教育・啓蒙活動に力を入れています。

お客さま情報の保護に向けた取り組み

損害保険事業は常に広範なお客さま情報を取り扱います。お客さまの情報を適正に取り扱うことが私たちの社会的責務であり、安定した企業活動を遂行するための重要な課題であると認識し、損保ジャパンでは、「個人情報の保護に関する法律」（個人情報保護法）の施行以前から「顧客情報保護規程」を定めて、お客さま情報の保護に努めてきました。

■「個人情報保護宣言」を制定

2005年4月の個人情報保護法全面施行を機に、個人情報の取り扱い・管理に関する当社の基本的な考え方を示した「個人情報保護宣言」を制定し公表。それまでの取り組みに加えて、個人情報を適正に取り扱うための社内体制を整え、社内規程の整備を行うとともに、従業者ひとりひとりが個人情報保護意識を強く持って行動できるように社内教育を継続しています。

具体的には、社内衛星放送を活用した個人情報管理ルールの確認、マニュアルを使った研修、個人情報の取り扱いに関する周知徹底ポスターの掲示などです。

また、全国の代理店、グループ会社に対しても、研修資料の提供、注意喚起用の各種ツールの配布、研修会の開催などを行っています。

●個人情報保護に関する体制

個人情報管理責任者	個人情報保護に係る全社的な取り組みを総括する責任者。取締役または執行役員が1名、取締役会において指名される。
個人データ管理統括者	部支店長、地区業務部長。管下の個人データ管理者に対し、支援・指導・助言を行う。
個人データ管理者	各組織（部・室・支店、課・室・支社、グループ、等）の長。

■専門部署の設置と情報管理態勢の強化

2006年9月には、個人情報管理態勢のより一層の強化に向けて、個人情報管理の重要性を経営に発信することができる強い権限を持つ専門部署「情報セキュリティ部」を設置しました。同時に、事故情報や医療保険などで取り扱う情報に関して、参照可能者の範囲を厳格に制限するなど、システム面でも情報の管理を強化・徹底しました。また、個人情報管理に関する知識の徹底を図ることを目的とした教育用ガイドブック「要点整理！情報セキュリティ」を全従業者に配布して研修を実施するなど、教育も強化しています。

更に、個人情報に限らず、お客さまの情報全般の管理に関わる規程も充実させ、適正な取り扱いを確保するための態勢を整え、情報セキュリティに関する日々の点検も実施しています。

（社内用）　（代理店用）

周知徹底ポスター

教育用ガイドブック
「要点整理！情報セキュリティ」

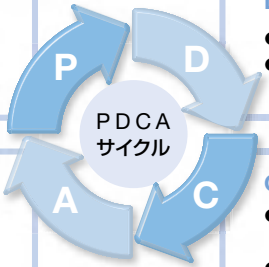
お客さまからの信頼をより確かなものに

■PDCAサイクルで情報管理態勢をレベルアップ

個人情報をはじめとする情報管理態勢の強化のためには、PDCAサイクルに基づく取り組みが重要です。2007年度から、全職場において実行計画を策定し、定期的に推進状況を検証していくことによって、情報セキュリティのレベルアップを継続的に図っています。

Plan（計画）
- ●自己チェックを実施し、リスク認識を醸成・課題を明確化します。
  →実行計画の中で改善策を策定します。

Do（実行）
- ●コンプライアンス実行計画に基づき実行します。
- ●コンプライアンス研修を通じて、規程・ルールの理解を促進します。



Check（確認）
- ●「情報セキュリティ月一点検」で改善策が確実に実行されているかを確認します。
- ●中間総括を実施し、適宜課題の見直しを行います。
- ●自店の個人情報事故事案分析を行い、再発防止策を講じます。

Action（改善）
- ●年間総括を通して1年間の取り組みを振り返り、未改善の課題についてはその原因を究明します。
- ●個人情報事故事案が発生した場合は次年度に向けて、再発防止策を検討・策定します。

1 「お客さま第一」の原点へ

私たちは、商品開発から販売、保険金のお支払いに至るまで、
「お客さま第一」の原点に立って、業務プロセス全般を見直し、
サービスの品質向上の具現化に徹底して取り組んできました。
また、本業のノウハウを活かし、
事故防止や災害復旧などのリスクマネジメントに関する
サービスの提供を通じた
「安全・安心へのリスクマネジメント」などに力を入れています。

1,232件/2,041件 詳しくは P22
新しい自動車保険がお客さまの要望を反映できた割合

約8,600名 233拠点 詳しくは P24
サービスセンター*で働く職員数、SC拠点数（2007年7月現在）

約50,000名/年 詳しくは P34
交通安全コンサルタントによる交通安全講習会を受講した2006年度延べ人数

*サービスセンター（SC）：事故対応サービス拠点

お客さまの声を活かす専門部署を設置し、各部門との連携を強化しました。

お客さまの声を会社経営に活かす仕組み

●「お客さま視点ミーティング」で関連部門間で共有

「お客さま第一」を実践するためには、お客さまのさまざまな声を収集、分析し、その内容を関連する担当部署間で情報共有することが欠かせません。

損保ジャパンでは、2006年度から、代理店、営業店、サービスセンター（SC：事故対応サービス拠点）、コールセンターなどの各部署や、ホームページ、アンケート調査などを通じて、積極的にお客さまの声を収集しています。これらの声は「お客さまの声」の担当部門である「お客さま相談室」と「マーケット開発室」で一元的に管理し、ご意見やご要望の背後にある原因やニーズを把握・分析しています。その結果を「お客さま視点ミーティング」を通じて、関連する担当部署と情報共有し、商品・サービスの改善につなげています。

●苦情を全社情報ネットワークに登録

お客さまからいただいた苦情は、全社情報ネットワークに登録し、関連部署で情報共有しています。「お客さまの声」担当部門では、苦情対応部署が適切な対応を行っていけるよう支援・フォローしています。また、苦情の背景・原因の分析を行い、関連部署に対して「再発防止措置」を指示し、問題の根本的な解決に努めています。

苦情の内容やその対応状況については、主に社外委員によって構成される「業務監査・コンプライアンス委員会」に定期的に報告を行い、貴重な意見を取り入れています。

更に、お客さまの声は、定期的に取締役会などに報告し、分析結果の共有と具体的施策につなげています。

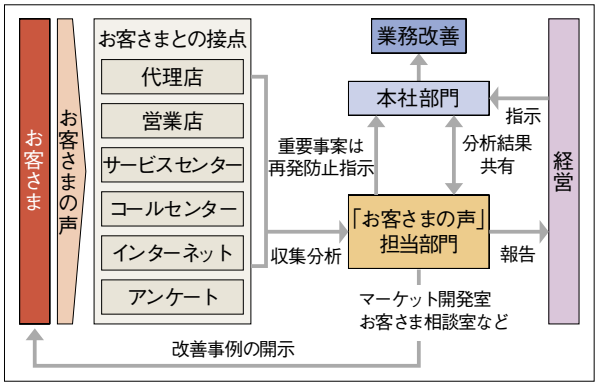
●コールセンターの強化

お客さまの声をしっかりと受け止めて高品質かつ親切な対応をしていくこと、受け止めた声を経営に活かすことを目的に、2006年5月、佐賀コールセンター内に、90ブース規模のカスタマーセンターを立ち上げました。これにより、平日は20時まで、土日祝日にも商品や契約などに関するお問い合わせに対応できる体制が整いました。

カスタマーセンターの電話番号
フリーダイヤル 0120-888-089
ご利用時間 平日 9：00～20：00
土日祝日 9：00～17：00

＊12/31から1/3は休業となります。

▼お客さまの声を会社経営に活かす仕組み



ホームページにお客さまの声への取り組み状況を開示

2006年10月から四半期ごとに苦情の受付状況や概要を当社ホームページで開示してきました。2007年7月から新たに、お客さまの声への取り組み状況をまとめた「お客さまの声白書」を掲載しました。更に、お客さまの声への対応状況を開示するコーナー「お客さまの声を活かした取り組み」を設置し、透明性の向上に努めています。また、「お客さま総合窓口」を設置し、ホームページ上で問い合わせ・ご相談・ご意見・ご要望を受け付けています。「お客さまの声白書」は、今後毎年作成していく予定です。

■2006年度「お客さまの声」受付件数

お申し出内容 / 声の種類	加　入	変　更	保険金請求	継　続	解　約	その他※2	合　計
苦情※1	2,187	946	7,690	1,127	0	1,752	13,702
お問合せ等	99,549	60,130	28,722	8,932	16,065	67,437	280,835
合　計	101,736	61,076	36,412	10,059	16,065	69,189	294,537

※1「苦情」の件数は、お客さまが当社、または代理店の対応などに不満を表明され、当社になんらかの回答・対応を求めているものの合計です。
※2「その他」の件数は、業務停止に関するお問合せを含みます。

お客さまの声を活かして改善しました

事　例　保険証券送付用封筒素材の改善（2007年3月実施）

お客さまの声
「証券が届いた。福岡は大雨。郵便受けに入っているうちに、びしょぬれになってしまった。今乾かしている。」

原因分析
証券を入れる封筒の耐水性が低く、雨にぬれると、場合によっては、中の証券までぬれてしまうケースがあることがわかりました。

改　善
封筒を水ぬれに強い素材に変更しました。証券封筒以外でも、耐水性の高い素材が望ましいものについては、さまざまな問題を検証したうえで、順次変更していきます。

URL **お客さまの声を活かした取り組み**
http://www.voc.sompo-japan.co.jp/

私からもひとこと
コンプライアンス部　野間 和子
生命保険の保障見直しで代理店の方とお客さま宅を同行訪問した際、帰り際にご夫婦揃って玄関先まで見送ってくださり「これでやっと安心して眠れます。」と言われた言葉が忘れられません。

「お客さまの声」をデータベース化、お客さまサービスの向上・改善を図っています。

お客さまの声を把握する取り組みの実施結果

●111件の改善要望のうち、32件の対応策を実行

損保ジャパンひまわり生命（株）においても、「お客さま第一」を実践するため、お客さまのご意見をお聞きし、経営に活かす努力をしています。まず、カスタマーセンターを通じて寄せられた苦情・相談、改善要望、感謝の声など、お客さまの声をデータベース化し、分析・管理を行い、業務改善に活用しています。

2006年度はお客さまから寄せられた111件の改善要望のうち、47件について改善・対応策を立案し、その中から32件の対応策を実行しました。

そのほか、主に営業社員が直接お客さまからいただくご意見に関しても、会社全体の業務改善にかかわる提案を別途データベース化しています。2006年度は100件を入力し、うち31件について対応策を実行しました。

更に、四半期ごとに約5,000名、年間延べ2万人のお客さまを対象に、提供しているサービスに関する顧客満足度をうかがう「お客さまアンケート」を実施しています。毎回、約2,000名（有効回答率約40%）の回答を得ており、継続的なサービスの改善に活用しています。

●年に一度「コミュニケーションブック」を送付

損保ジャパンひまわり生命の経営内容をはじめ、お客さまからお問い合わせの多い質問事項などをまとめた「コミュニケーションブック」を作成し、ご契約をいただいているお客さまに年に一度お送りしています。

「お客さまの声」をふまえて改善を行ったサービス

●「NET診査システム」の開発

代理店店舗内において、インターネットを介した双方向テレビ電話を通して、生命保険加入時の医師の診査を受診できる「NET診査システム」のサービスを2007年2月から（株）カカクコム・インシュアランスと共同で開始しました。これにより、一度の来店で、お申し込みから医師の診査までの一連の手続きが完了します。

▼診査システムイメージ

●「確認業務実施のご案内」を直接お客さまに郵送

これまで代理店からお客さまへ送付していた「確認業務実施のご案内」（お客さまから保険金・給付金の請求があった際、医療機関等への内容確認を実施する旨をお知らせするご案内書）を、損保ジャパンひまわり生命から直接郵送するように変更しました。対応窓口がお客さまに明確に伝わるとともに、医療機関への内容確認の実施について、確実にご案内できるよう改善されました。

●解約手続きも電話で受付

24時間・365日受付可能な「お手続き受付ダイヤル」（自動音声応答ダイヤル）では、保険料控除証明書再発行、口座変更、保険証券再発行、解約の4つの業務を受け付けています。このうち、代理店のみ利用可能としていた解約について、2006年度からお客さまからの直接の受付も開始しました。

お手続き受付ダイヤル　フリーダイヤル 0120-888-312

●お客さまの立場に立った商品の開発

お客さまの多様なニーズにお応えするため、2006年10月に、割安な保険料で生活習慣病など比較的長期の入院保障を充実させた終身医療保険『ワハハ21 Slim（スリム）』を発売。2007年1月には、健康上の理由や高齢であるために生命保険のご検討をあきらめていた方向けに、お申し込み時の医師の診査や告知が不要な無選択型終身保険（保険料平準払タイプ）を発表しました。

損保ジャパングループの一員としてCSRを推進していきます。

生命保険会社の社員の多くは、お客さまのライフコンサルティングに携わることから、仕事そのものに社会的な意義を見出しています。契約をいただくことだけでなく、その後、お客さまのさまざまなご相談にのったり保険金をお支払いしたりする仕事を通じて人の役に立ちたいと強く考えているスタッフが多いと思います。こうしたモチベーションを当社のCSRにつなげていきたいと考えています。

損保ジャパンひまわり生命保険（株）
経営企画部リーダー
桜田 敏裕

URL 損保ジャパンひまわり生命（株）
http://www.himawari-life.com/

私からもひとこと
関東SC第二部小山SC課　小林 己喜雄
対人事故の被害者親子3名の対応をしたときのこと。その方が加入している他社損保の請求方法について迅速に説明したところ、示談時に「今後万一ケガをしたときもあなたに対応してもらいたい。」と言われ励まされました。

クローズアップ
CLOSE UP

自動車業務部長
西澤 敬二

自動車業務部企画グループ
課長代理　篠原 勝章
（現名古屋支店名古屋東支社長）

わかりやすさを徹底追求し、自動車保険を抜本的に見直す。

お客さまにとって、わかりやすい商品や取扱説明書に、いま損保ジャパンは全力で取り組んでいる。新しい自動車保険の開発プロセスを聞く。

お客さまの不満や苦情、代理店・サービスセンター（SC）の要望を入念にヒアリング

――自動車保険の改定にあたって、「わかりやすさ」を徹底的に追求した自動車保険の開発を大きなテーマにしているとのことですが、そのきっかけは？

西澤　自動車保険は当社の主力商品です。特に自由化以降、商品の開発競争が激しく、他社よりも魅力のある商品を作ろうとしてきました。その結果、商品の内容が細分化、複雑化してしまいました。このため、ご契約されている保険の補償内容について、お客さまが正確に理解されることが難しくなり、保険金のお支払い漏れを発生させる一因にもなっていました。

2006年5月に当社は行政処分を受けました。この事実を真摯に受け止め、当社の販売している保険商品全般についても、抜本的な見直しを図らなければ、お客さまからの信頼は回復できないであろうと考えました。そこで、2005年度にほぼ固まっていた次期自動車保険の改定内容をいったん白紙に戻し、原点に立ち返り、自らの足でお客さまがどんな自動車保険商品を望んでいるのかを広くお聞きすることから始めることにしました。まずは、当社コールセンターに寄せられるお客さまの苦情やご要望、そして日頃直接お客さまと接しているサービスセンター職員や代理店から広く意見を収集しました。その中に私たちのヒントがありました。

――ヒアリングはどんな形で実施したのですか。

西澤　2006年8月から10月にかけて、保険販売を通じて最もお客さまと接点のある全国の代理店を回って、徹底的に意見・要望を聞き出しました。実際、代理店の方からは厳しい意見をたくさん頂戴しました。厳しい意見が出るということは損保ジャパンにまだ期待してくれているということでもありますから、本当にありがたいと思いました。そしてなにより、本社のデスクに座っていては収集できない、お客さまからの具体的なご要望をたくさん聞くことができました。

篠原　サービスセンターへは、全国の代理店からの問い合わせやお客さまからの切実な声が入ってきます。ヒアリングでは、貴重な意見を聞くことができました。このほか、社員と経営との「Two-Wayミーティング」の声や社内提案制度で寄せられた意見などを集約し、分析を行いました。

西澤　その結果、自動車保険の問題点として、保険約款*内での補償が重複していること、類似の特約が存在していること、そして、特約が細分化しすぎていることの3点が浮かび上がってきました。

こうして集約した要望の種類は、2,041件に達しましたが、この3点についての抜本的な見直しを行うことによって、新しい自動車保険は、すべての要望のうち1,232件、約60%を実現する商品として、2008年の2月に発売することとなりました。このように、お客さまや代理店の声をデータベース化し、その実現率を数値化するというアプローチは、これまで当社が行ってこなかった新しい商品開発手法ですが、お客さまの声や代理店の声に確実に応えること、また見送りとなったご要望についてもデータベース化することで次回の検討項目とすることなどの観点から、今後もスタンダードにしていきたいと考えています。

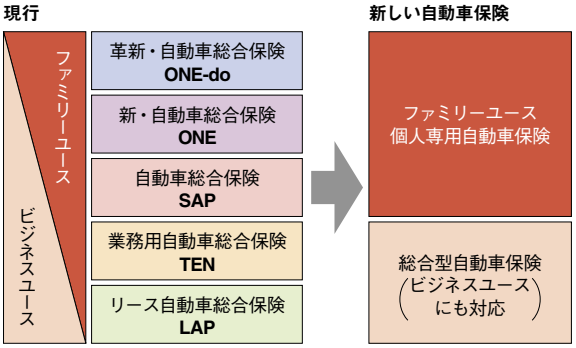
＊保険約款：保険契約の内容をあらかじめ定めたもの。

自動車保険の原点に立ち返った商品を提供

――そうした分析結果を取り入れ、どんな方向で商品を開発しようとしているのですか？

西澤　これまでのラインナップを見直し、従来5種類あった主力商品を使用目的に合わせて「ファミリーユース・個人のお客さま専用商品」「ビジネスユースにも対応できる総合型商品」の2種類に整理・統合しました。

種類が多すぎてわかりにくかった特約などもニーズが高いものを中心に種類を絞り込むことによって、お客さまからもわかりやすいものになると思います。



――商品開発のほかに「お客さま第一」の観点から、改善を図ったことはどんなことがありますか。

篠原　これまでの自動車保険では、商品ごとに約款が異なっていたため、商品によって、その補償の選び方や保険証券への表記も異なっていました。新しい自動車保険では、保険商品の違いにかかわらず保険約款の構成を完全に共通化（プラットフォーム化）しました。また、ご契約の更新手続きについても共通化し、保険料口座振替方式によるキャッシュレス化（保険料後払い）などの対象拡大を実現したいと考えています。

――約款がわかりにくいという声もありますが、これについてはどんな対応を？

西澤　お客さまとの契約内容そのものである約款をわかりやすくすることは非常に重要な取り組みです。字を大きくすることはもちろん、さまざまな方法で実現していかなければなりません。一方で、約款を簡素化しすぎて解釈に影響が出ても困ります。わかりやすさの追求といっても、約款には一定の制約があります。そこで約款とお客さまをつなぐものとして、わかりやすい取扱説明書を作ろうと、開発・設計部門だけでなく、事故処理部門、広報部門、CSR部門、社外スタッフなどと協議を重ねています。

お客さまひとりひとりの契約内容にあったオンデマンドでわかりやすい取扱説明書とすることで、お客さまに「万一のときはこれを見れば大丈夫、安心できる」と思っていただけるものにできたらと考えています。

また、環境問題が世界的なテーマとなっていますが、保険商品の開発にあたっては、環境問題を含めて、CSRの観点を導入することも、今後ますます重要になってくるでしょうね。

約40種類の新種保険における わかりやすさの追求

自動車保険以外では、2007年8月、ゴルファー保険、労働災害総合保険をはじめとする約40種の新種保険（対象となるご契約件数は約70万件）について、お客さまにとって「わかりやすい」「使いやすい」商品をご提供することを目指し、保険料の払込み、払戻しなどに関する仕組みを簡素化し、統一しました。

■新しい仕組み

①契約手続きのキャッシュレス化を進め、保険料を口座振替で引き落としができる種目を拡大

②保険料が30万円以上となるご契約については、保険料の割増なしで分割払いを利用できるようにし、保険料が30万円未満のご契約については、割増率を10%から引き下げて5%の割増率で、口座振替分割払いを利用できるよう統一

③保険契約の期間中に、ご契約の条件を変更したり、解約したりする場合の保険料の計算を、お客さまに明確でわかりやすい月割での計算方式に改定

「ご契約内容確認シート」の導入

2007年4月から、保険契約（満期を迎えるご契約を含む）の適正性、および保険契約の内容がお客さまのご意向と合致していることを確認するため、「ご契約内容確認シート」を導入しました。

導入の背景

①保険契約の適正性の確認

2006年12月、（社）日本損害保険協会が、各損害保険会社において保険商品全般にわたり、個々のご契約内容や保険料を個別に確認調査することを決定しています。

②意向確認書面制度

金融庁の「保険会社向けの総合的な監督指針」改正により、2007年4月以降、保険契約の締結に際して「お客さまのご意向を書面で確認する」(意向確認書面)制度が新たに導入されました。

▼「保険の取扱説明書」イメージ

ご契約されたお客さまへ「保険証券・約款・契約のしおり」で提供している情報を、よりわかりやすくするため、2008年2月の導入に向け「保険の取扱説明書」の開発を進めています。一般消費者へグループインタビューを行い、お客さまが保険にご加入になったあとの保険証券・約款のお取り扱い方法や、事故に遭われた際の対応などに関して具体的なヒアリングを行いました。デザインについても、社外の専門家・デザイナーを検討メンバーに加え、内容がより理解されやすいデザインを検討しています。お客さまひとりひとりの契約内容に沿った「保険の取扱説明書」を目指しています。

サービスセンターの品質向上に向けて、社外の目を取り入れた保険金の支払管理態勢を構築しました。

サービスセンターの原点に返って信頼回復に努める

お客さまの信頼回復に向けて

損保ジャパンでは、2006年の行政処分以降、お客さまからの早期信頼回復に向けて、基盤整備に重点を置き、適正な業務遂行の徹底と保険金支払管理態勢の整備を進めてきました。

2007年度は前年度に構築した基盤を強化し「保険契約の確実な履行」「公正・公平な保険金お支払い業務の実践」を基本スタンスに、お客さまからの信頼の回復および事故対応サービスの品質向上に努めます。

また、支払管理態勢の強化とともに、お客さまに万一事故が発生した場合の対応をより充実させる取り組みも積極的に行っています。

SC体制・要員の強化

お客さまに万一の事故が発生した場合の対応窓口がサービスセンター（SC：事故対応サービス拠点）です。SCは事故発生時のサポートや保険金のお支払いなど、直接お客さまに接する機会が多いだけに、お客さまの信頼回復を得るための最前線に位置するといえます。

そこで、お客さまに十分な事故発生時のサポート、「適切な保険金お支払い」ができるよう、SC職員を2006年度の約7,900名から、2007年度7月現在で約8,600名へと大幅に増員しました。全国のSC拠点も、9拠点増の233拠点へと体制の強化を行いました。また火災新種保険の事故対応サービスを専門で行うSCを増設しました。

▼SC品質向上3か年計画

STEP1 06年度

【目標】
○早期信頼回復に向けた適正な業務遂行の徹底と基盤整備

1.お客さま第一を実践し、保険金請求を漏れなくご案内します。
2.説明責任を果たし、適切で漏れのない保険金のお支払いをします。

【具体的な取り組み】
・社内内部管理態勢の強化
・SC職員の増員
・トレーニングセンター室の設置

05年度→06年度　約700名増員
06年度→07年7月　約700名増員

STEP2 07年度

【目標】
○漏れのない保険金請求のご案内と適切な保険金のお支払い
○お客さま目線での丁寧な事故対応サービスの提供
○苦情の未然防止と発生時の迅速丁寧な対応

1.SCのマネジメントの強化
2.教育体制の強化
3.業務プロセスの見直し

【具体的な取り組み】
・質の高い事故対応サービスを提供するための適切な人員配置基準の設定
・SC職員の増員
・社員教育、研修のインフラ整備

STEP3 08年度

【目標】
○要員・体制の確立、人材・システムの活用による高品質なサービスの提供

1.一定以上のスキルと専門性を備えた人材および新システムの活用により、高品質なサービスをご提供します。

【具体的な取り組み】
・社員教育・研修の充実
・新システムの活用定着と効果発揮

教育体制の強化

SCで働くひとりひとりの職員がお客さまにきめ細かな対応を行えるよう、教育体制を整えています。2006年7月からはトレーニングセンターを設置し、新任SC職員などを中心に集合研修を実施し、業務知識の向上、お客さまの立場に立った対応力の向上を図っています。

更に全国各地の教育スタッフを増員するとともに、2007年4月には都市部に教育専用の組織を設置し、一層の教育体制の強化に努めています。

私からもひとこと
大阪SC第一部 第一SC課　小林 美佐
がんのお客さまからの問い合わせに親身に対応したところ、「ありがとう、元気になれるよう頑張って治療を受けます。」と前向きなお言葉をいただきました。

サービスセンター企画部
品質管理室 室長　福上 重隆

事故対応サービスをしっかりと行い、保険金を適切にお支払いするのが私たちSCの使命であるのに、そこへ会社として十分に対応していなかった。SCの基盤整備により、今やっとスタートラインに立てたところです。感動を提供するサービスへ向けて、これからやるべきことは本当にたくさんあります。

保険金等支払管理態勢の強化

●保険金等支払管理態勢の構築に係る方針

2006年8月に取締役会において、適時・適切かつ漏れなく保険金をお支払いすることを目的として、「保険金等支払管理態勢の構築に係る方針」を決議しました。この方針は金融庁の「保険会社向けの総合的な監督指針」に沿ったものであり、保険金支払業務への経営陣の関与の明確化、保険金支払部門への資源配分の方向性、SCとその管理部門の整備の進め方、実践的な人材育成、適切かつ的確なお客さま対応などを定めたものです。この方針にのっとり、真にお客さま志向の保険金等支払管理態勢を構築するための具体的な施策を推進しています。

また、四半期ごとに取り組みの進捗状況を振り返り、課題の洗い出しと見直しに関する状況を取締役会に報告し、経営陣が必ず関与する仕組みを構築しています。

●SCの内部統制機能の強化

信頼回復のキーになるSCの内部管理態勢・支払管理態勢の検証と見直しを行いました。

また、「SC品質向上小委員会」を開催し、SCの品質向上のための施策を定期的に検討・協議しています。

●保険金等審査会の設置・開催

保険金お支払いの公正・適切性を確保するために、「保険金等審査会」を2006年9月に設置しました。審査会は社外から招聘した法律・医療などの専門家の委員で構成されており、毎月1回社外委員を中心に審議を実施しています。2007年7月からは新たに消費者団体も委員として参画します。

また、2007年1月からは顧問弁護士などで実施する本部審査も開始し、より一層の保険金お支払いの公正・適切性の確保に努めています。

●品質管理室の設置

保険金のお支払い漏れを防止し、適時かつ適切なお支払いを徹底するため、2006年9月に設置した「品質管理室」では、これまでにお支払い漏れが発生した事案の検証を行っています。同時に、お客さまの苦情などを通じて判明したお支払い漏れリスクなどを継続的に自主調査しています。更に、保険金支払業務の品質向上のための改善策を打ち、全国のSC部門を指導しています。また、商品開発の段階から関連部署への提言を行っています。

今後は、事故のご連絡があったお客さまにお支払いできる保険を漏れなくご案内しているかどうかという「お客さまへの保険金請求案内の適切性」についても取り組みを強化する予定です。

また、内部監査を行う業務監査部では、保険金お支払い漏れの再発防止策の実効性などについて監査を実施しています。

●第三分野商品の適切な保険金お支払い

医療保険について全国の病気に関する保険金請求を集中的に審査し、医療保険の保険金お支払いの公正・適切性を確保するため、2006年12月に「医療保険室」を設置し、専属の医師、専門知識を持つ医療調査担当者などを常置しています。

また、医療保険だけでなく他の第三分野商品についても、始期前発病の認定と告知義務違反を理由とする契約解除に関する判断基準および確認手順を明確化、本社に第三分野サポートチームを設置し、認定や判断の適切性について事前に審査する体制を新たに構築します。

▼保険金お支払いまでの一般的な流れ（自動車保険の例）

1 当社または取扱代理店への事故連絡	2 SCでの事故受付	3 事故状況・損害内容の調査	4 保険金の算定	5 示談交渉	6 経過報告	7 支払保険金の確定と保険金のお支払い
お客さまから事故のご連絡が入ります。	事故の連絡を受け次第、事故対応拠点であるサービスセンター（SC）で、契約内容を確認し、事故登録を行います。	事故・罹災現場の調査や書面調査などにより、事故の状況や損害の内容を調査。事故の相手方、修理業者、病院など関係者へのヒアリングとお客さまとの打ち合わせを行います。	発生した事故が保険金お支払いの対象となるかどうかを判断し、お支払いの対象となる場合は、その保険金を算定します。	ニーズ細分型自動車保険『ONE-do』などの自動車保険の対人賠償・対物賠償においては、一般的に当社がお客さまに代わって示談交渉を担当します。	調査結果や示談交渉の進捗状況について、お客さまにお知らせします。	示談成立などによりお支払いする保険金が確定した後、お客さまへ連絡を行い、お振込によりお支払いします。

私からもひとこと

中国SC部島根SC課　坂井 久二

「あなたが担当になってくれて本当に良かった。」事故を起こした運転者からも感謝されましたが、この言葉は息子さんを亡くされたご両親からいただきました。涙が出ました。

クローズアップ
CLOSE UP

写真提供：(社) 大阪建築士事務所協会耐震チーム

被災者の役に立ちたい。その思いをひとりひとりが胸に刻んで。

―能登半島地震の最前線「金沢災害対策本部」―

地震や台風などの広域災害が発生すると、被災地の近くに災害対策本部を立ち上げ、被災したお客さまに少しでも早く保険金をお届けするため、全力投球する。3年前の新潟県中越地震の体験を活かして、「お客さま第一」を実践した能登半島地震の金沢災害対策本部の対応を見る。

すばやく現地災害対策本部を立ち上げる

2007年3月25日午前9時42分、石川県能登地方をマグニチュード6.9、最大震度6強の大地震が襲った。「平成19年能登半島地震」である。

日曜日のその日、損保ジャパン本社サービスセンター(SC：事故対応拠点)企画部の藤川裕三は、自宅で能登半島地震の一報をテレビのニュースで知った。地盤の状況にもよるが、震度5強以上の地震では、家屋に一定の被害が出るため、「災害対策本部の立ち上げが必須」と感じた藤川は、携帯電話で本社災害対策メンバーおよび鑑定人(後に金沢災害対策本部のチーフ鑑定人となる)に連絡をとり、1週間分の宿泊道具をカバンに詰めすぐに本社に出勤した。

藤川は2004年10月の新潟県中越地震の際にも、災害対策本部の最前線で活動した経験があった。「大きな災害を被った現地の人は、不安のまっただなかにいる。できる限り早く災害対策本部を立ち上げ、お客さまを訪問しご安心いただきたい。」

その災害対策本部をどこに設置するかが問題だった。新潟県中越地震のときは、被災地に最も近い長岡に設置したが、今回は被災地に近い七尾にある能登支社は、スペースや足回り確保の点で十分ではないことから、メイン拠点として金沢に災害対策本部を設置し、七尾にはサブ拠点として能登災害対策室を設置することとした。

地震発生当日夜、藤川は現地に入った。

翌26日、金沢サービスセンターを擁する金沢ビルに現地災害対策本部が設置された。とはいっても、金沢サービスセンターの職員は大地震の対応の経験がなく、手探りで動き出すしかなかった。

家屋の損害調査を専門とする鑑定人は地域が近かったこともあり、新潟県中越地震のメンバーを中心に集めることができ、鑑定人のリーダーもそのときのリーダーを起用した。いわば地震による家屋調査のプロ集団が結成されたことになる。

こうして、サービスセンター職員4人、派遣スタッフ11人、家屋の損害調査を専門とする鑑定人23人の陣容で、現地災害対策本部がスタートすることになった。

「被災者のために最善を尽くしたい」という思いがチームワークを育てています。

サービスセンター企画部
火災新種グループ
副調査役　藤川 裕三

2007年7月16日、最大震度6強の新潟県中越沖地震が発生し、同日、長岡災害対策本部を設置しました。発生2日後に保険金のお支払いを開始しましたが、災害対応時の基本方針である「スピードのみにとらわれず、被災されたお客さまの心情に配慮した丁寧な対応」に徹しました。今後も、代理店・営業・災害対策本部の三者のチームワークで災害対応にあたっていきたいと思います。

■保険金お支払い状況（2007年7月末現在）

地震	受付件数	完了件数	完了率
能登半島地震（2007年3月25日）	1,094	1,068	97.6%
新潟中越沖地震（2007年7月16日）	1,488	789	53.0%

お客さまの不安を取り除くために

災害対策本部を立ち上げると、「損保ジャパンが災害対策本部を設置しました。」と、新聞およびホームページに災害見舞い広告を打ち、金沢災害対策本部・能登災害対策室の連絡先住所・フリーダイヤル電話番号を掲載しお客さまに安心していただけるよう体制を整えていった。

しかし、大地震のショックで保険請求のことまで考えが回らなかったり、地震保険に加入していることを忘れているためか、入電は多くなかった。そこで、お客さまからの電話を待つことなく27日からは、保険会社側からお客さまのもとに、一軒一軒足を運ぶことにした。

藤川は「お客さまの不安を取り除いてさしあげるためにも、スピードばかり優先するのではなく、お客さまの言葉にしっかりと耳を傾けてほしい。そして、その家屋が被害にあっていることを決して見落とさないでほしい。」と鑑定人に依頼した。地震の被害は基礎部分に出ることが多く、外見からはわかりにくいことも多いからだ。

地震保険は1964年の新潟地震をきっかけに生まれたもので、保険会社などが負う責任の一部を政府が再保険として引き受ける公共性の高い保険であり、建物被害状況を全損、半損、一部損の3つに分け、それに応じて保険金を支払うものだ。被災者の当面の生活資金をまかなうための地震保険であるだけに、できるだけ急いで多くのお客さまのもとを訪れ、丁寧に調査を行い、かつ早い時期に保険金をお支払いすることも必要だった。

台風災害の場合には、通常2か月で、受け付けしたお客さまの8割にお支払いするという目標を立てるが、能登半島地震ではそれを4月末までの約1か月に短縮しようと決めた。

災害対策の最前線で学んだ経験を活かして

実際に被災地を歩いてみると、道路はいたるところで寸断され、お客さまのもとにたどり着くのも難儀であった。しかし、鑑定人もサービスセンターの社員も、「お客さま第一」の精神で、被災されたお客さまを訪ね歩き、地震発生から3日後の28日には1件目の保険金をお支払いした。

災害対策本部のメンバーは、何度も訪れる余震の恐怖のなかでがんばり抜いた。大地震の災害対策の最前線で仕事をすれば、ともすれば肉体的な疲労やストレスが原因で人間関係もぎくしゃくしがちなものだが、社員、鑑定人、派遣スタッフが一致団結し、チームワークで立ち向かっていった。現地サービスセンターの業務職員は「これほど大きな地震の経験もなく何もわからなかったので、鑑定人の方に少しでもなごんでもらおうと気を配りました。お客さまを訪問するときは、ペットボトル入りの水をお持ちしたり、できることに最善を尽くそうと、みんながんばったことが、チームワークを育てたのだと思います。」と、振り返っている。

1か月間で受け付けたお客さまの8割に保険金を支払うという当初の目標は、予定より早い26日目（4月19日）に達成できた。

保険という社会性のある仕事を選んだ社員の多くは、ことに、事故や災害に遭われたお客さまにじかに接するサービスセンターの社員は、「人の役に立つ仕事がしたい」という思いが人一倍強い、と藤川は言う。お客さまからの「ありがとう」のひとことで、仕事のたいへんさなど吹き飛んでしまう、そんなやり甲斐を体験できる最前線にいるのだと。

「そうした思いは、確実にお客さまに届くものです。鑑定人の中には、調査の結果残念ながらお支払いができなかった被災者から、よくぞこんなに早くかけつけてくれたと、逆に感謝された人もいました。そんな話を聞くとき、保険という仕事の重さをひしひしと感じます。」

藤川は、台風被害や中越地震や能登半島地震の現地対策本部での体験を若いサービスセンター社員に伝えたいと考えている。それは損保ジャパンの「お客さま第一」の具体的で最適な教材であるからだ。

災害対策の現場で学んだ多くことを、
「お客さま第一」の実践に活かしていきます。

対策本部運営に携わったメンバー全員がお客さま第一、チームワーク、営業連携など多くのことを学びました。今回の経験を最大限活かして、お客さま第一を実践し、お客さま・代理店の皆さまから信頼されるSC構築に取り組みたいと思います。

北陸サービスセンター部
金沢サービスセンター課
課長　中田 益見

金沢サービスセンター課　火災新種グループ

社会的責任投資の普及と、社会資本整備の融資などを通じて、よりよい社会づくりに貢献します。

企業を多面的に評価する投資の普及に向けて

●金融機関としての責任

損害保険会社は、将来の確実な保険金のお支払いのために、お客さまからおあずかりした保険料を安全かつ有利に運用し、財務の健全性を確保する責任があります。同時に金融機関として、運用・融資に際し、社会や環境への影響を考慮することで、よりよい社会づくりに貢献できると考えています。

●社会的責任投資とは

社会的責任投資（SRI：Socially Responsible Investment）は、経済的な側面だけでなく、CSRの取り組みが企業価値に与える実質的な影響（マテリアリティ*）を重視して行う投資手法です。企業の環境・社会・ガバナンスなど、CSRへの取り組みを多面的に評価し、投融資プロセスに組み込むことで、金融という制度を通じて社会の持続可能な発展の実現に貢献するものです。

損保ジャパングループでは、現在、「損保ジャパン・グリーン・オープン（愛称『ぶなの森』）」と「損保ジャパンSRIオープン（愛称『未来のちから』）の2本の公募SRIファンドを販売しています。

*マテリアリティ（Materiality: 重要性）もともとは会計用語で、企業の財務に重要な影響を及ぼす要因を指す。近年は、CSR の活動が企業価値やステークホルダーの行動に大きく影響を与えるようになってきた。

エコファンド『ぶなの森』

損保ジャパン・アセットマネジメント（株）が開発した『ぶなの森』は、環境に配慮して事業活動を行う企業に投資する投資信託商品で、1999年9月から発売しています。純資産残高は235億円（2007年5月末現在）に達し、最近では、企業型確定拠出年金制度の商品ラインナップのひとつとしての採用も増加しています。

同ファンドの運用成績も堅調に推移しており、設定来の騰落率（ファンドの上昇率または下落率）はTOPIX（東証株価指数）を20.25%（2007年5月末）上回っています。また、2007年4月には、格付投資情報センター（R&I）が優れた運用成績を示したファンドを表彰する「R&Iファンド大賞2007」において確定拠出年金/国内株式部門の優秀ファンド賞を受賞しました。

また、『ぶなの森』以外にも、私募投信として年金向け（2006年6月設定）や適格機関投資家向け（2007年2月設定）のエコファンドを開発し、普及を促進しています。環境への投資家の関心は着実に高まっており、今後とも『ぶなの森』などの普及や新たなエコファンドの開発に取り組んでいきます。

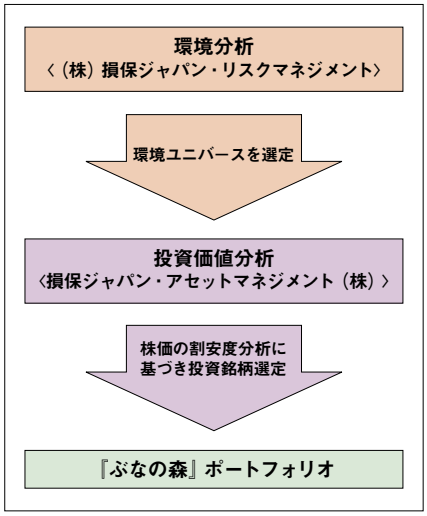
●投資家や企業に環境情報を発信

『ぶなの森』では、コンセプトに共感する投資家の輪を広げるため、環境コミュニケーションにも力を入れています。週次・月次のレポートで組入銘柄企業の環境への先進的な取り組みを紹介するとともに、環境に関する

▼『ぶなの森』の運用実績（対TOPIX）

・基準価額の推移は、税引前分配金再投資基準価額を使用しております。
・税引前分配金再投資基準価額は、税引前の分配金を決算日の基準価額で再投資したものとして、委託会社にて計算しております。
・基準価額の計算において信託報酬（純資産総額に対して1.575%（税込み））は控除されております。
・また、ベンチマーク（TOPIX（配当含まず））の推移は、設定日を10,000として、委託会社にて指数化したものを使用しております。

▼『ぶなの森』銘柄選定のプロセス



私からもひとこと

自動車業務部　鷲見 隆充

あれは業務停止が決まった直後だったと思います。お客さまに「私は損保ジャパンを信じているからね。必ず、いい会社にしてね。約束よ。」と言葉をかけられました。あのときは本当にこたえました。私は決めました。「素晴らしい会社にする」と。

損保ジャパン・アセットマネジメント（株）　運用部
シニア・インベストメント マネージャー　菅原 繁男

『ぶなの森』は、環境意識の高まりと好パフォーマンスを背景に投資家を着実に増やし、2007年5月末現在で純資産総額は230億円を超え過去最高を更新しました。今後もファンドの運用を通じて、環境問題に積極的な企業と投資家を応援していきます。

最新情報を掲載した「『ぶなの森』ニュース」を年4回発行しています。また、環境経営度分析のために実施するアンケートに回答した企業に対し、アンケートの集計結果のほか、質問項目ごとに、その企業の取り組みの業界内での相対的なレベルを評価するなど、環境経営を推進するうえで参考になる分析資料を提供しています。

SRIファンド『未来のちから』

『未来のちから』は、2005年3月に発売したSRIファンドです。『未来のちから』の投資先は、「モーニングスター社会的責任投資株価指数」を構成する銘柄の中から、損保ジャパン・アセットマネジメントが株価の割安度分析を行い選定しています。発売から2年を経過した『未来のちから』の基準価額は、2007年5月末現在でTOPIXの値動きを設定来で、6.87%上回っています。CSRに関する企業評価は、NPO法人パブリックリソースセンターが担当し、ガバナンス・アカウンタビリティ、マーケット、雇用、社会貢献、環境の5項目でCSRを総合的に評価しています。また、『未来のちから』の商品説明書とポスターには、国内金融機関として初めて国産間伐材を活用して作られた紙を使用しています。

環境関連・社会資本整備への融資

環境問題への取り組みや社会資本の整備に寄与する事業を行う企業などへの融資を通じ、よりよい社会づくりに貢献することに努めています。2007年3月には、環境関連事業への融資として、風力発電事業者を対象としたプロジェクトファイナンスに初めて参加しました。

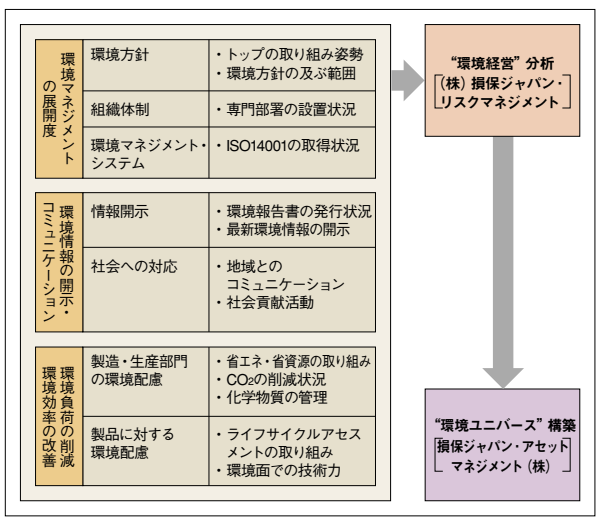
また、社会資本整備の分野では、2001年12月に損害保険会社として初めて「調布市立調和小学校整備ならびに維持管理及び運営事業」に対するPFI*事業向け協調融資に参加した以降も、さまざまな分野で多数の融資実績を積み重ねています。

リサイクル事業、風力発電事業、バイオマス発電事業など環境関連事業やPFIなどの社会資本整備の分野では、今後更に資金需要が増加していくことが予想されており、引き続きこうした案件に対する融資に積極的に取り組んでいきます。

＊PFI（Private Finance Initiative）：公共施設などの建設、維持管理、運営等を民間の資金、ノウハウを活用して行う手法。国や地方公共団体の事業コストの削減、より質の高い公共サービスの提供を目指すもの。

URL **損保ジャパン・アセットマネジメント（株）**
http://www.sjam.co.jp/

▼『ぶなの森』の投資候補銘柄群（環境ユニバース）構築プロセス



確定拠出年金事業を通して高齢社会の安心に寄与

日本の公的年金制度は、少子高齢化によって苦しい財政を迫られ、国民は「将来十分な年金を受け取れるのか」といった大きな不安を抱えています。企業も超低金利などの影響を受け、社員の十分な退職金の確保に苦慮しています。

そのような状況の中で、2001年、国民の自助努力による老後の生活資金確保を支える目的で日本に導入された確定拠出年金制度*は、現在、企業における退職金や年金制度の見直しにより、導入企業が着実に増えています。また、制度の税制メリットにより、個人で制度に加入される方も徐々に増えています。

損保ジャパングループは、損保ジャパンDC証券（株）を核として、確定拠出年金事業に力を入れています。企業へのプラン導入支援から運営管理まで包括的なサービスと、投資教育の充実により、顧客サービスの向上に取り組んでいます。

＊確定拠出年金とは、いわゆる日本版401kとも言われ、国の税制優遇のもとに、企業または個人が拠出した掛金を、加入者が自己の責任において運用し、加入者が高齢になったとき、その運用の結果に基づいて給付を受ける制度。

URL **損保ジャパンDC証券（株）**
http://www.sjdc.co.jp/

私からもひとこと
本店営業第三部　川瀬 治
海外駐在時、長期出張の日本人の方が休暇中に大怪我、たまたま近くにいたため、異国の地での不安もあるかと思い、病院に同行、入院手続き、お見舞いなどを行ったところ「仕事と関係がないのに本当に助かりました。ありがとう。」と言われた。

クローズアップ
CLOSE UP

効率的な事故管理システムを開発し、グローバル企業のリスクマネジメントを支援する。

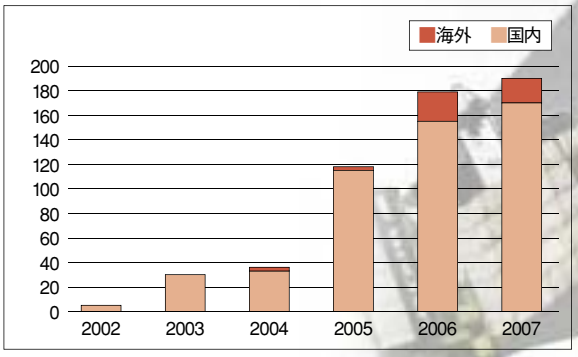
グローバルに活動を展開する企業では、世界各地の拠点における物流業務の円滑な運営・管理を強化している。一方、物流取引の過程では、製品の破損などさまざまな事故が発生するため、事故対応における事務処理の効率化や事故防止を目的としたデータ収集・分析に関する専門的なノウハウや、海外各拠点で発生する事故の対応状況を一元管理できる仕組みを必要としている。損保ジャパンは、グローバル企業のリスクマネジメントを支援するため、お客さま自身が事故処理の進捗を管理でき、煩雑な事務処理を効率化し、更に蓄積した事故データを多角的に分析することで事故の再発防止に役立つ、先進的なウェブ管理システムを構築・提供している。事故対応サービスの品質向上へ向けた取り組みの一例として、ニューヨークに拠点を持つお客さまへのシステム構築を手がけた部隊の活動を追った。

システム開発の専門チームを立ち上げる

企業サービスセンター部（企業SC部）が担当する法人のお客さまの中には、世界各地に拠点を持ち、年間に大量の製品などの輸出入を取り扱う企業も多く、その物流量に応じ、保険の対象となる事故を効率的に管理する必要がある。しかし、企業では、各拠点で起こる事故の取り扱いや保険会社への連絡が、各拠点の現場ごとに手作業で行われるため一元化されず、進捗の管理なども視覚化されていないことが多い。その結果、保険金の早期の受け取りや、事故再発防止策の早期検討・立案に遅れが出るだけでなく、彼らの取引先への商品の納品がスムーズに行えず、本業サービスの品質維持にも悪影響が生じる場合もある。

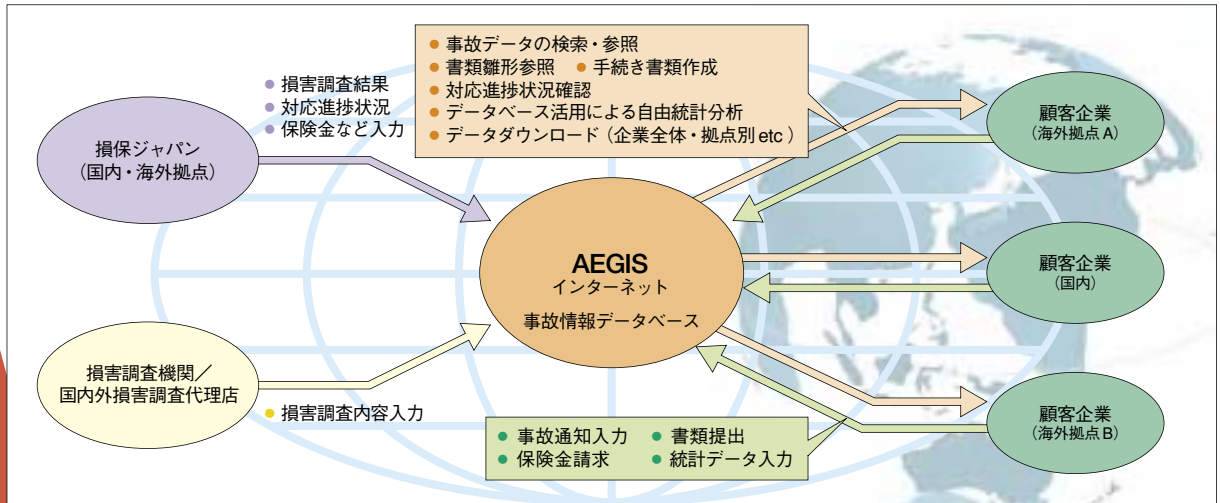
そこで、たとえばニューヨークやロンドンなど海外で発生した保険事故の状況や事故処理の進捗管理を、日本の本社や海外拠点で同時に把握するとともに、一連の事務処理をウェブ上で行うことができれば、事務の効率化が実現し、お客さま企業自身でも起きた事故の原因分析が行えるようになり、事故の削減対策の早期立案と実施にも役立つ。このようなシステムサービスのニーズが、ここ数年急速に高まってきていた。損保ジャパンにとっても、システムを活用した事

▼当社の事故管理システム（AEGIS、AE-BOARD）累計導入企業数



インターネットの普及とあいまって、当社の事故管理システムサービスを導入する企業は、日本全国に広がっていった。その数は、2007年3月末現在で海外も合わせると180社に及んでいる。

▼事故管理システム「AEGIS」



事故通知から、損害調査手配、事故データの入力と進捗管理、保険金の請求、事故データの分析・管理、統計分析が一元管理できる。すべて、メールとウェブで完結するシステムだ。

故対応の仕組みやシステム環境を強化し、このニーズに応えることが、企業分野における事故対応サービスの品質向上に向けた重点課題となってきていた。

システムの構築にあたっては、お客さまの要望をじっくりコンサルティングし、どんなシステムが求められているのか、どんな仕様で、どんな機能が必要なのかを確認したうえで、お客さまの仕事のフローや部署間の連携なども視野に入れて組み立てていかなければならない。

営業やSCが海外のお客さまのニーズを聴いてきて、システム開発部隊にバトンタッチする方式では、なかなか正確なニーズ把握が図れないケースも多い。そこで、2004年に企業SC部の中に立ち上げられたのが、お客さまのニーズにあった事故管理システムサービスの開発を専門に担当する「システムユニット」である。

専門チームが直接企業のお客さまのニーズをうかがい、ニーズに一番合うタイプのシステムを開発・提供するようになり、損保ジャパン企業ＳＣ部の活動範囲は、日本全国の支店にも広がってきた。更に、海外でのシステム開発や運用にあたって必要な国際特許を取得するまでに至った。

海外のお客さまから、大規模なシステムニーズが差し迫る

2005年末、米国の損保ジャパン駐在員事務所から緊急メールが企業SC部に入った。それは、あるお客さまの海外でのシステムニーズが差し迫った状態であり、そのための支援要請であった。システムユニットのリーダーが、ただちに米国に緊急出張し、駐在員事務所の営業部門、事故対応部門、IT部門と対応を協議した。

しかし、現地駐在員事務所では、大規模で急を要するこのシステム開発には対応できない状況だった。また内容的にも、お客さまの日本オフィスと海外オフィスの双方にとって使いやすいものでなければならなかった。これまで日本で構築したシステムを単に英語に翻訳すればいいというものではない。

「海外オフィスの日本人駐在員の方々だけでなく、外国人スタッフにも親しみやすく、使いやすくかつ最先端の高性能システムを開発するためには、たとえ太平洋を何度往復することになっても、日本の開発部隊と米国のお客さまの職場とを直接つないだ方式で開発するしかない」と判断した。

2006年1月に、システム開発がスタート。システムユニットリーダーが、5～6週間ごとにニューヨークに出張し、損保ジャパンとお客さまの両方の駐在員と米国人スタッフに集まってもらい、システムの仕様の説明を行うとともに、お客さまからの要望を聴いて整理し、それを日本に持ち帰った。その情報をもとに開発部隊が作成したデモ版を持って、ニューヨークのお客さまにプレゼンテーションしたのであったが…。

ところが、開発は最初からつまずいた。日本で開発したデモ版を使ったお客さまからの反応が芳しくなく、日本の企業では好評だった機能などがまったく受け入れられないまま数か月が過ぎてしまった。

ニューヨーク駐在事務所▶

▲企業SC部システムユニットメンバー

原点は、お客さまの視点での保険事故の効率的な事務処理と事故削減への支援

「私たちは、お客さまのご要望を汲み取って設計したつもりだった。けれども、会議の中で、現地の米国スタッフの方から本当に思っていることを聴き出せていないのではないか。原点にもう一度返って設計をやり直すしかない。」

そこで、現地の米国人スタッフの方々から直接、十分に話をうかがうことに重点を置くことにした。そうすることによって、彼らが抱えている真の課題やその背景、本当のニーズや必要な機能がやっと見えてきた。システムの基本的な構造は、ご要望とそれほど大きな違いはなかったが、操作性の悪さや説明不足から敬遠されている機能があること、開発の優先順位に問題があることが判明した。

すでに季節は秋に移りかけていたが、最優先される機能から順次段階的に納品することでお客さまに納得してもらい、システムユニットのメンバーが総力をあげて開発を急いだ。

システム本番スタートを控えた2006年12月、米国のお客さまからクリスマスの挨拶とともに「このシステムがわれわれすべての関係者にとって良い資産になることを確信しています。それは我々とFace to Faceで開発をしてくれたからです」という、うれしいメールが企業SC部に届けられた。

その2週間後、12回のニューヨーク出張作業を経てついにシステムがリリース。その後、段階的に応用機能も完成、現在ではお客さまの米国事務所の日常業務の中に組み込まれ、保険事故の効率的な事務処理や事故原因の検討データの収集に役立っている。このデータをもとに、少しでも事故削減に貢献できればというのが、この開発に携わったチームの願いだ。

今後ともお客さまの目線を大切に、
事故削減に向けて取り組んでいきます。

今回は遠く離れたお客さまの海外の職場へのサービス提供でしたが、お客さまの目線での対応を最も重視して推進しました。今後も保険金のお支払いと同じく重要な事故削減の支援活動に取り組みます。

企業サービスセンター部
部長　為田　薫

損害保険事業で培ったノウハウを活かし、リスクマネジメントの提案と、新たな手法の研究を進めています。

企業の統合リスクマネジメントを支援

●ERMのメニュー開発を強化

2006年5月1日に会社法が施行され、また2006年6月14日に金融商品取引法（日本版SOX法）が公布されたことにより、企業に「内部統制システムの構築」が求められており、改めて「ERM」*が注目されています。「ERM」は事業運営に支障や変動をもたらす全事象を統合的に管理する手法で、事故や災害リスクだけでなく、経営リスク、財務リスク、業務リスクなどあらゆるリスクが対象となります。

*ERM=Enterprise Risk Management：企業の統合リスクマネジメント

（株）損保ジャパン・リスクマネジメント（SJRM）では、「リスクマネジメント体制構築の支援コンサルティング」を通じて、「企業のERM」を支援してきました。2007年4月に、「ERM研究開発部」を設立し、リスクファイナンスなどの問題解決を研究する人員を増やし、ERMに関する研究と支援メニューの開発業務を強化しました。

また、「リスクマネジメントシステム室」にコンサルタントを増員して、「ERM室」と改称し、「リスクの洗い出し、損失規模の定量化、対応リスクの優先順位付けの支援」のコンサルティングを担当します。

経営リスクや財務リスクなどについては、専門のコンサルティング会社と提携し、サービスを提供する体制を整えています。洗い出されたリスクには適切な対策を講じる必要があり、たとえば、事業中断リスクへの対策としては、BCM（Business Continuity Management：事業継続マネジメント）があります。

URL （株）損保ジャパン・リスクマネジメント
http://www.sjrm.co.jp/

●BCM：事業継続マネジメントコンサルティング

地震や台風などの自然災害、情報システム障害、リコール事件、テロ危機など、現代の企業は経営基盤をゆるがす事件や事故に遭遇するリスクに常にさらされています。

こうした企業リスクをできるかぎり回避し、最小限の影響ですませるためには、経営者の迅速な意思決定の仕組みづくりと事前・事後の復旧対応を含めた危機管理体制の構築が必要不可欠です。たとえば、地震や火災など災害発生時にも重要な事業がそのまま継続できること、または、操業が停止した業務を目標とする復旧期間までに災害前の状態に近づけられるように事前に検討し、対処しておく必要があります。具体的には、まず、重要業務を選定し、復旧させるまでの目標の時間を決めます。次に、選定した重要業務への被害想定を行い、目標復旧時間を阻害する要因を抽出します。阻害要因に対する対策として、原材料や部品のサプライチェーンの確保、代替生産、流通ルートの確保なども考慮して、復旧のプロセスを検討し、事業継続計画を策定します。重要業務の被害想定には、過去の災害時の教訓や、各専門家の知識・ノウハウを活用することが効果的です。

SJRMでは、保険業務で長年にわたり培ったリスクを定量化するノウハウを活かしてBCMコンサルティングサービスを提供しています。

▼BCMコンサルティングのプロセス

準備フェーズ	分析フェーズ	作成フェーズ	導入フェーズ	運用フェーズ
●方針の決定 ●検討対象とする災害の特定（地震を想定）	●影響度の評価（重要業務と目標復旧時間の設定） ●重要業務が受ける被害の想定 ●重要な要素（ボトルネック）の抽出	●事業継続計画（BCP）の策定 ●事業継続とともに求められるもの（安全確保・地域貢献・共助）	●実施および運用（対策の実施・マニュアルの作成） ●教育・訓練の実施	●点検および是正措置 ●経営層による見直し

私からもひとこと
札幌コールセンター室　加藤 いづみ
入社して間もなく営業店の店頭でお客さま対応をしていたとき、時間がかかってしまったにもかかわらず、初めて笑顔で「ありがとう」と言ってもらえたことが、一番心に残っています。今のコールセンター業務でもその初心を忘れません。

（株）損保ジャパン・リスクマネジメント
BCM事業本部　自然災害事業部
上席コンサルタント　中川 浩明

国際認証化の動きや、新たなリスクの登場など、リスクマネジメントの世界の動きは急です。企業の経営そのものに関わる仕事。常に最新の情報をキャッチし、お客さまにふさわしい戦略提案を心がけています。

●海外危機管理・BCMコンサルティング

海外においては、列車爆破テロや大規模集客施設を狙った爆破テロが各地で頻発しており、テロ以外にも、新型インフルエンザなどの新興感染症の流行、民族・宗教問題から発する内乱・暴動、ハリケーン・カトリーナやスマトラ島沖地震津波などの大規模な自然災害など、企業活動に大きな影響を与えるリスクが多岐におよんでいます。

海外のこうしたリスク実態をふまえると、海外事業拠点に駐在する役職員の安全管理や事業を中断させる重大な事故・事件・災害に対する備えがますます重要になってきています。

SJRMでは、海外進出企業のリスク対策をサポートする総合的なサービスとして「海外危機管理・BCMコンサルティング」の提供を2006年9月から本格的に開始しました。

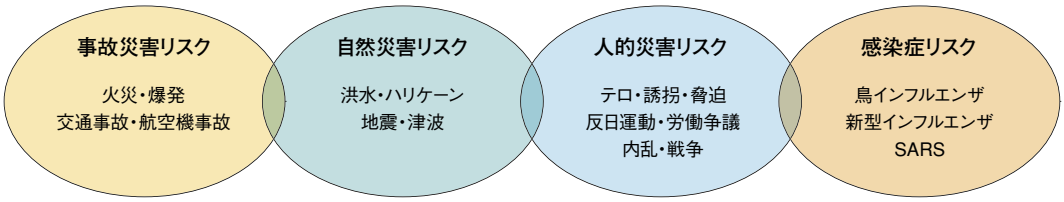
産学連携による新たなリスクマネジメント手法の開発

●東京大学公共政策大学院との共同研究

「企業のERM」の支援と同時に、リスクマネジメントの手法の研究も進めています。2006年10月、東京大学公共政策大学院と「リスクマネジメント分野」での寄附講座と共同研究を柱とする提携を行いました。

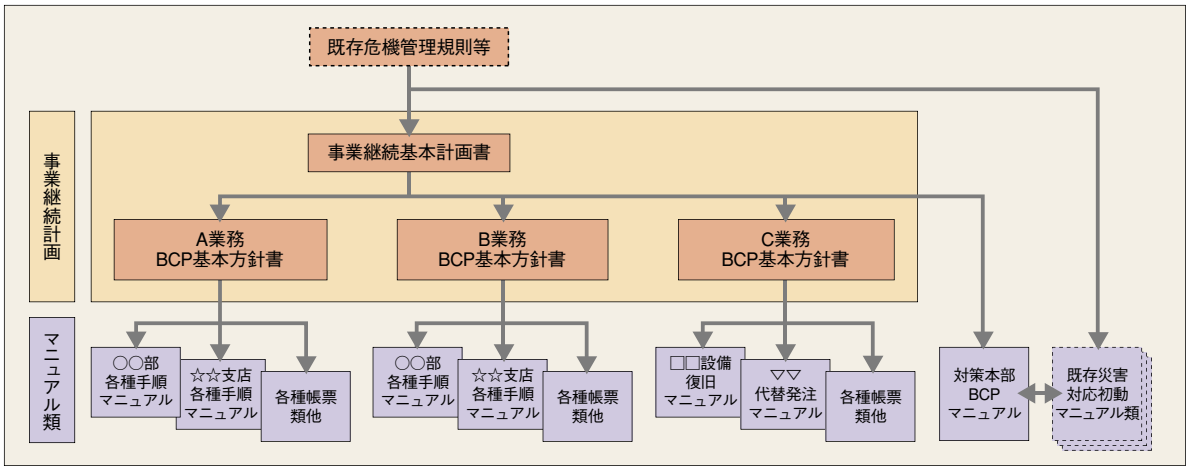
同大学院に「リスクマネジメントと公共政策」の講座が設置され、リスクマネジメントに関する講義を行っています。また、3年間にわたって、新たなリスクマネジメント手法の開発やリスクマネジメントを適切に行うための公共政策のありかたについての共同研究を実施中です。

▼海外進出企業にとってのリスク



▼BCM関連文書の体系例

「事業継続基本計画書」をベースに各業務ごとのBCP基本方針書を作成し、これをもとに更に具体的な手順マニュアルを作成、行動レベルに落とし込んでいく。



「事業継続基本計画書」：BCPにおける中心的な文書。全社の事業継続の基本方針や、重要業務の継続・復旧方針、BCP文書の管理運用方針などを示します。

「個別業務BCP基本方針書」：事業継続基本計画書で定めた重要業務ごとに作成される方針書です。業務BCPの目標や継続復旧シナリオを明示し、今後実施していく各種対策やマニュアル・様式類の作成予定なども記載します。

各種マニュアル・帳票類：被災時の緊急対応や代替手段・復旧活動などによって業務を継続・早期復旧させるために必要なマニュアル・帳票類を示します。

私からもひとこと

神奈川ＳＣ部藤沢ＳＣ課　小野塚 郁子
自動車サービスセンターで、担当しているお客さまの怪我の相談をしているうち、いつの間にか自分自身の病気の相談にのっていただき、最後示談の際には、「お互いに元気になりましょう！」と励まされました。

独自のツールやサービスを通じて お客さまの自動車事故防止活動を支援しています。

自動車事故ゼロを目指して

●自動車事故防止のためのサービスを開発・提供

（社）日本損害保険協会の推計によると、事故による経済損失は、1年間で人身損失額・物的損失額をあわせて約3兆4千億円（2004年度）にのぼります。更には、事故により発生する産業廃棄物や交通渋滞は、環境にも大きな負荷を与えています。損保ジャパンは、年間180万件以上の交通事故（人身事故および物的損害事故）に携わっています。事故に関する情報の蓄積と分析を通じて、この社会的な課題を克服するためのさまざまなサービスを開発・提供しています。

●自動車事故防止マニュアルの提供

そのひとつが、企業のお客さま向けの自動車事故防止マニュアル「SDM」（Safety Driving Management）の提供です。このマニュアルでは、交通安全への取り組みがCSR活動の一環であり、身近で優先的に取り組める活動であることをわかりやすく解説しています。

当社社員や代理店は、このマニュアルを使って、企業のお客さまに交通安全に一緒に取り組んでいただけるようお伝えしています。

●自動車事故削減のプロフェッショナル

自動車事故削減の専門家である27名の「交通安全コンサルタント」が、全国の企業のお客さまの自動車事故防止活動の支援を行っています。豊富なノウハウを活かし、さまざまなアプローチで、各企業の実情にあった交通安全教育や、事故削減・防止対策を展開しています。交通安全講習会は、年間延べ約5万名（約1,200回）に対して実施しています。

●交通安全教育バス「セイフティビジョンバス」の導入

2006年10月から業界初となる視機能診断システムを搭載した新しい交通安全教

交通安全コンサルタントの取り組み

交通事故防止につながるエコドライブ

自動車業務部
交通安全グループ
上席交通コンサルタント
青木　洋

自動車事故防止のコンサルティングでは、それぞれの企業に適した目標設定とプランを提案することはもちろんですが、企業が納得して主体的に取り組むことが欠かせないと考えています。事故防止は簡単なことではありませんが、従業員ひとりひとりが本当に納得して交通事故防止に取り組めば、必ず交通安全が企業風土として定着します。

ほとんどの交通事故の要因は人的要因に集約されますが、ドライバーが自分自身の問題だと気づくことができれば、好ましい安全態度への変容が期待できます。同時に、日常の運転行動を通じて実践的に取り組むことも必要です。

たとえば、事故防止のための効果的な取り組みのひとつに「エコドライブ」（省燃費運転）の推進があります。急加速、急減速など「急」のつく運転操作を減らし、制限速度を守るエコドライブを実践すると、燃費の改善だけでなく、結果的に「事故削減」も図ることができます。

このような具体的な対策を通じてお客さまに、事故防止への取り組みが環境への配慮にもつながっていることを理解していただいています。

事故防止は、お客さまにとって人的、経済的損害を軽減するだけではなく、社会的な問題解決にも役立つ重要なテーマだと考えています。

お客さまの喜びの声が最大のやりがい

九州業務部 リスクエンジニアリングチーム
交通安全コンサルタント
皆田 俊晴

前職では事故対応などの業務をしていたのですが、「未然に事故を防ぐことができないだろうか」と考えたのが、この仕事を志した理由でした。企業の事故防止活動はCSRを実現するための重要な取り組みだと思います。その取り組みで交通事故が減少すれば、地域住民の生活の安全につながり、その企業の地域社会での信頼向上につながると考えています。

まだ、この仕事を始めて2年ちょっとですが、これまでの仕事で印象深いものでは、ユーザー目線での事故防止対策を立案し、実行したケースです。バス会社のコンサルティングをしたときのこと、さまざまな安全施策を提案しても「それはもう実施済みだ」としてなかなか受け入れていただけませんでした。そこで、実際にその会社のバスに乗車して、運行状態を乗客の視点から調査したのです。ブレーキをかけるタイミング、乗客との対応など、細かいところまでチェックしました。ユーザーの視点から事故防止のための改善項目を提言することができました。この取り組みに対して、お客さまであるバス会社から「引き続き協力してほしい。」と評価していただいたときには、大きな喜びとやりがいを感じました。

私からもひとこと

企業ＳＣ部　平松 佑佳子
サービスセンターに来て初めて3,000万円を超える保険金のお支払いをした時、火事で自宅兼店舗が全焼したお客さまから「本当に助かりました。これからまたやり直します。」と言っていただき、自分の仕事の社会的役割の重さを実感しました。

育バス「セイフティビジョンバス」を導入し、取引先企業などへの有償派遣を開始しています。小型バスに搭載したタッチパネル付き大型プラズマディスプレイと3D映像システムにより、ゲーム感覚で楽しく、交通安全に大切な視機能診断ができます。今後とも、自動車事故削減のために、多くの交通参加者が積極的に交通安全意識を高めていくお手伝いをしていきたいと考えています。

ウェブを活用した事故防止支援

●事故防止支援サービス「事故防止倶楽部」

2005年10月からウェブを活用した事故防止支援サービス「事故防止倶楽部」を開始しています。損保ジャパンの自動車保険契約者に無償で提供しているもので、企業の自動車事故防止体制を診断する「RM診断25」、ドライバーの安全知識やケースごとに危険予測能力をチェックする「WEB危険予測診断」、交通安全に関する最新トピックスを紹介する「マンスリーレポート」をはじめ、事故防止活動推進に役立つ資料集などを用意しています。

URL 事故防止倶楽部
https://eb01.sompo-japan.co.jp/xev/

●安心・安全アドバイス

損保ジャパンホームページの「安心・安全アドバイス」には、当社が把握する事故情報をもとに、運転・歩行に気をつけていただきたい場所を示す「ひやりマップ」や、運転適性や危険予測能力を診断できるコーナーなどを掲載しています。

URL 安心・安全アドバイス
http://www.sompo-japan.co.jp/knowledge/advice/

Q 新たな社会的課題を解決するための取り組みを教えてください。

バイク対象の自賠責保険の加入促進や、子どもを犯罪被害から守る取り組みを保険でサポートします。

●自賠責保険インターネット契約締結サービスを開始

2006年10月31日から、バイク（検査対象外原動機付自転車・軽二輪自動車）を対象にした自動車損害賠償責任保険のインターネット契約締結サービスである『i自賠』を開始しました。『i自賠』はインターネット申し込みとクレジットカード払いによって、24時間、土日祝日を問わず加入手続きができるものです。簡単な手続きによって加入できるため、自賠責保険の加入を促進し、無保険バイクの発生防止、交通被害者の救済につながるものと見込んでいます。

●子どもを犯罪被害から守るための補償を拡大

最近、生徒・児童に対する犯罪が急速に増加するなか、学校に対する安全管理の徹底が要求されるようになっています。「登下校時の児童犯罪被害に学校が対応するための費用を補償する保険を開発してほしい」という声が、損保ジャパンにも数多く寄せられています。

2006年5月に学校総合賠償責任保険を改定し、「子どもを犯罪被害から守るための対応費用担保条項」を新設しました。これにより、生徒・児童を対象とした殺人や誘拐などの重大犯罪や、インターネット上の掲示板などにその予告が書き込まれたりした場合に、生徒・児童が犯罪被害に遭うことを未然に防ぐために学校が実施する警備員の配置や防犯ブザーの購入などの防犯対策にかかる費用を補償することが可能になりました。

私からもひとこと
北大阪支店本町総合支社　山本 尊仁
2006年の行政処分を受けた際、他保険会社の参入を検討していた企業の社長に対し、その企業の保険担当者が「損保ジャパンはこれから生まれ変わるんです。」と言ってくれました。二度と顧客の信頼を裏切ることはできないと思いました。

企業経営の重要課題となりつつある メンタルヘルスケア対策を総合的に支援しています。

損保ジャパン・ヘルスケアサービス設立

●メンタルヘルスケア対策の必要性

近年、さまざまな労働環境問題によって労働者の抱えるストレスは増大傾向にあり、仕事に関して強い不安やストレスを感じる労働者は6割*1を超えるといわれています。心の病による休職者は47万人、賃金ベースによる損失は年間1兆円*2と推定されています。

このように、メンタルヘルスケア対策は企業の緊急な課題であると同時に、社会全体で取り組むべき重要なテーマとなっており、2006年4月には労働安全衛生法が改正され企業のメンタルヘルス対策が義務化されました。

こうした社会的背景や企業ニーズの高まりから2007年4月2日、企業のメンタルヘルスケア対策を総合的に支援することを目的に（株）損保ジャパン・ヘルスケアサービス（SJHS）を設立しました。同社では従業員個々への支援サービスだけでなく、企業の産業保健に対して総合的なサービスを提供していきます。

*1「労働者健康状況調査」2002年厚生労働省
*2 厚生労働科学研究費補助金（労働安全衛生総合研究事業）「うつ病を中心としたこころの健康障害をもつ労働者の職場復帰および職場適応支援方策に関する研究」平成14年度～16年度総合研究報告書

●心の健康管理に保険会社ならではの総合的な支援

メンタルヘルスケア対策を必要としている現場では、専門知識を持った人材の不足や産業医、精神科医との連携不足から適切な対応がとられていないといった問題点も少なくありません。SJHSでは研修の企画・運営やメンタルタフネス（ストレス耐性）強化ツールの提供、組織のストレス診断をはじめとし、メンタル面に不安のある人に対しては専門性の高い医療スタッフが顧客企業の産業医と連携した効果的な支援を行います。

さらに、うつ病などの精神障害による収入減も補償する団体長期障害所得補償保険*3などの保険商品の提案などによって、お客さまの健康管理対策への総合的な支援を実施します。

2007年6月15日「ヘルシーカンパニーの実現に向けた産業保健に求められる課題～企業におけるあるべきメンタルヘルスケア対策～」をテーマに、シンポジウムを実施しました。

SJHSは、従業員ひとりひとりが「心の健康」を増進し充実感を持ちいきいきと仕事に取り組むことで、企業全体が活性化し、生産性向上や企業価値が向上していく「ヘルシーカンパニー」の実現を通して、活力あふれる社会の創造に貢献したいと考えています。

*3 団体長期障害所得補償保険は、傷病による所得喪失を長期にわたって補償する保険であり、会社・組合などの団体を契約者とし、その団体に所属している方を一括して補償する保険。

URL （株）損保ジャパン・ヘルスケアサービス（SJHS）
http://www.sj-healthcare.com/

●心と身体の両面のご支援

メタボリックシンドロームを予防するための生活習慣改善プログラム

ヘルスケア分野においては、2005年10月にオムロンヘルスケア（株）、（株）NTTデータとともに、（株）ヘルスケア・フロンティア・ジャパンを設立し、メタボリックシンドローム（内臓肥満症候群）対策を中心とした健康増進・疾病予防サービスを提供しています。SJHSの設立によって、心と身体の両面にわたる支援を提供する体制となりました。

URL （株）ヘルスケア・フロンティア・ジャパン
http://www.hfj.co.jp/

ヘルスケア関連調査・研究

●ディジーズ・マネジメントなど社会に知見を発信

損保ジャパングループのシンクタンクである（株）損保ジャパン総合研究所では、国内外のヘルスケア市場の動向やディジーズ・マネジメント*4に関する調査・研究を行っています。

損保ジャパン記念財団が主催し、最先端の研究を行っている内外の専門家を招聘して活動している「ディジーズ・マネジメント政策課題研究会」、「ディジーズ・マネジメント・プログラム品質確保研究会」の事務局を務めているほか、国内のディジーズ・マネジメントに関する取り組み事例を紹介した情報誌「ディジーズ・マネジメント・レポーター」の発行などを行い、広く社会に情報発信しています。調査研究活動を通じて蓄積された知見やノウハウは、損保ジャパングループのヘルスケアビジネスの展開に活用されています。

*4 糖尿病などの慢性疾患の患者集団とその担当の医師など医療従事者を対象にそれぞれの疾病に固有の手法で働きかけを行い、質の高いヘルスケアを低コストで供給できるようにすること。

URL （株）損保ジャパン総合研究所
http://www.sj-ri.co.jp/

私からもひとこと
北東京支店池袋総合支社　藤中 麻里子
当社未取引先の企業の常務に対して従業員の福利厚生に役立つ保険提案を行ったところ、共感いただき、常務から在任中に制度を一緒につくりたいと言ってもらい、共に制度をつくりあげ喜ばれたことが心に残っています。

2 代理店とのパートナーシップ

損害保険代理店は、
損保ジャパンとお客さまをつなぐ存在であり、
お客さまに最も近い、私たちの大切なパートナーです。
損保ジャパンは、全国約6万店の代理店が、
常にお客さまの立場に立った保険提案を継続してできるよう
経営基盤整備や教育研修など、さまざまな支援を行っています。
また、高齢者施設での車いす整備や清掃活動など、
全国各地で当社社員と代理店が協働して
さまざまな社会貢献活動を展開しています。

57,475店
詳しくは P38
損保ジャパン委託代理店数（2007年3月末現在）

約93%
詳しくは P43
損保ジャパンの代理店経由による契約割合（正味収入保険料ベース）

約8,000名
詳しくは P43
J-ビジネススクール受講者延べ人数（1997年～2007年3月末累計）

お客さまと損保ジャパンの架け橋となる代理店との「共生」がテーマです。

損保ジャパンと代理店

●損害保険代理店の役割

現在、日本での損害保険契約のほとんどは、損害保険代理店（代理店）が取り扱っています。代理店は、損害保険会社との間で締結した代理店委託契約に基づき、保険会社に代わってお客さまのニーズやライフスタイルに沿った保険提案を行います。ご契約の際には、お客さまの保険加入の意向を十分確認し、重要事項の説明を行ったうえで申込書を作成し、保険料の領収など契約の手続きを行います。その後は契約の見直しなど、常にご安心いただけるよう、お客さまの身近な地域で活動しています。また万一事故の際には、事故連絡の受付・相談など、必要に応じてさまざまなサポートを行い、お客さまと保険会社の橋渡しを行います。

損保ジャパンでは、保険に対するお客さまのニーズが多様化するなか、お客さまサービスの向上を目指して、代理店経営基盤の整備や組織体制の強化に向けた支援を行っています。

●代理店の種類

損保ジャパンの代理店は、2007年3月末現在、全国に5万7,475店を数えます。代理店には、保険代理業を専門に営む「専業代理店」と、自動車販売会社・整備工場・ガソリンスタンドや一般企業・金融機関等の一部門として保険事業を行っている「兼業代理店」がありますが、いずれも地域に密着した事業で、お客さまと損害保険会社をつなぐ大切な役割を担っています（p40-41参照）。

損保ジャパンの主な代理店組織

損保ジャパンには、代理店同士が互いに情報を共有し、切磋琢磨することで、より高いサービス水準を目指す代理店組織があります。主な組織は次のとおりです。

■J-SA　会員代理店数2,269店
一定規模で生命保険・損害保険の総合販売を行う損保ジャパン専属の専業代理店組織

■AIRジャパン　会員代理店数3,308店
一定規模の自動車整備事業者を対象とする兼業代理店組織

■JPANG　会員代理店数214店
（正・準会員およびグループ会社委託含む）
生命保険販売の向上を目指した専業代理店組織

（数値はJ-SA、AIRジャパンは2007年3月末、JPANGは2007年4月末現在）

代理店との共生によって「お客さま第一」を実践

●代理店の基盤強化

損保ジャパンでは、お客さまに最も近いパートナーである代理店と一体となって初めて、真の「お客さま第一」を継続的に実践できるものと考えています。

「損保ジャパン再生プラン」（p46参照）では、代理店の声ひとつひとつを施策に反映する仕組みづくり、代理店が提供するサービス品質向上のための支援などを、保険会社として果たすべき「お客さま第一の実践」としています。

2006年度下半期には、全国のモニター代理店からアンケートやミーティングを通じて商品・事務・システムなどに対する意見を募ったほか、「PS（パートナー・サティスファクション）アンケート」を実施しました。代理店に対してどんな支援が求められているのかを精査し、サービス品質の向上に資する仕組みを構築していきます。

代理店のコンプライアンス強化のために

●代理店研修の強化と情報提供

保険会社や代理店が守らなければならない法律・規則のなかでも、最も基本的な法律が「保険業法」です。保険業法は、保険契約者の利益を保護し、国民生活の安定および国民経済の健全な発展に資することを目的として、保険契約の募集に際しての禁止行為や登録制度に関する事項などが定められています。

保険会社には保険業法などの法令や、監督官庁である金融庁および財務局の指導により、保険募集など「業務が適正に遂行されるよう代理店への指導・教育を行うこと」が求められています。

損保ジャパンでは代理店の質の向上と、保険業法の遵守や個人情報の保護などコンプライアンス徹底のため、代理店研修と情報提供を推進しており、たとえば代理店用オンラインシステムのメニューのひとつ「代理店掲示板」にコンプライアンスのコーナーを設け、いつでも参照できるようにしています。

私からもひとこと

中部業務部　鈴木 充
お客さまの質問への回答について、代理店の方に教わったことがあります。「折り返しの回答は、口頭でも感謝され、3日後の回答は企画書持参でも叱られる。食べたい時が美味しい時！」今でも心がけています。

クローズアップ
CLOSE UP

地域社会からの信頼こそ財産。
～奄美保険センターを訪ねて～

損保ジャパンの代理店は、地域に根を張り、そこに暮らす人々の生活と地域社会の安心を支える保険サービスを提供している。設立当初から、地域の方々とともに歩んでいくという微動だにしない強い意思を持ち続けている奄美保険センター・榮 季一社長にお話をうかがった。

奄美保険センター株式会社
代表取締役　榮 季一（さかえ すえかず）氏

重要な点は口頭だけでなく文書で示し、お客さまにご理解いただけるまで丁寧に説明することを心がけているという伊東さん。

台風への備えは欠かせない。
火災保険の間に「台風」の文字。

榮社長の左隣は、奄美大島支社長　樋口 裕

「誠心誠意」を行動基準に

鹿児島から南へ約380km、沖縄本島、佐渡島に次ぐ、日本で3番目に大きな島が奄美大島だ。年間平均気温は21℃、「東洋のガラパゴス」といわれる豊かな自然に恵まれている。その奄美大島の中心、奄美市名瀬の繁華街に奄美保険センターはある。顧客数は法人が約550、個人が約3,300、21年連続で中核代理店表彰を受けている。

代表取締役の榮季一氏がこの仕事を始めたのは1971年、37歳の時だった。

「鹿児島市の会計事務所に勤めていましたが、病気療養のため、休職して郷里の奄美大島に戻っていました。税理士を目指して受験勉強をと考えていたとき、顔見知りの安田火災（現 損保ジャパン）の社員に保険の仕事を勧められたのです。」

当時奄美大島にはモータリゼーションの波が訪れていたが、任意保険の加入者はわずか1割ほど。将来の可能性を確信し、専属代理店登録をしたという。「妻と二人で道路の両脇に立ち、走り去る原付自転車が自賠責保険に加入しているかどうかを一台ずつチェックしたものです。」

1974年には法人化。奄美大島唯一の専業代理店として、社員も採用して大型代理店を目指し歩み始める。同時に地域の経済活動にも積極的に参画する。

「当初から『顧客第一』を掲げ、『誠心誠意』を行動基準としました。顔見知りがほとんどで、肩を寄せ合って生きているような地域ですから、信頼と信用がすべてです。会社のために、ではなく地域社会との共生、という発想で取り組んできました。」

火事ともなれば、夜中でも現場にかけつけた。「深夜にもかかわらず社長と奥さんが来てくれた」という話は地域住民の間に自然と広まる。紹介が増え、業績は順調に伸びたという。

28年前から「Plan-Do-Check」で自己管理

現在は営業部7名、業務部3名の陣容だ。「お客さまのニーズに合った最適・最新の商品の提供」と、「事故対応に全力投球し、迅速な『解』と『快』」をモットーとしている。

「保険はお客さまの将来の安心を約束する商品です。商品知識はもちろんのこと、その周辺知識も身につけ、十分に内容を説明し、説明責任を果たさなければならない。万一事故が発生したら、かゆいところまで手をさしのべ、事故処理の解決に全力を注ぐ。解決したら終わりではなく、『快』があとに残る対応が大切です。」

1979年には、日常業務の行動指針として「Plan-Do-Check」を打ち出し、業務日誌への記載を始めた。

「法人化にせよ、行動指針の制定にせよ、私たちが提案するはるか以前から取り組んでいる。社会貢献活動も自社だけが目立つのはよくないからと、ロータリークラブなどを通じて地元の企業と連携して地域社会に貢献するため、会長などの要職につき、皆を引っ張っている。なかなかできることではありません。」損保ジャパン・奄美大島支社長の樋口裕は、「教わることが多い」と話す。

榮氏の今後の目標は、全社員が奄美保険センターの経営者の意識を持ち、地域社会とともに歩みながら、全員が株主になるくらいの体制をつくりあげること。

「会社は皆のもの。お互いの心の絆を大切にして、ユニークな代理店にしていきたいと考えています。」

専業代理店をはじめ、自動車販売会社、自動車整備業、ガソリンスタンド（SS）などさまざまなチャネルの代理店があり、パートナーシップを深めています。

専業代理店　株式会社トップ保険

お客さまのリスクに対応できる確かな知識と人間性をあわせもったプロとして。

長年保険に携わってきましたが、1997年に法人専業代理店として独立し、今年で10年になります。ずっと心がけてきたのは、お客さまのリスクに対して、そのとき提供できる最高の保険プランをお勧めし、その内容をきちんと説明し理解していただくこと。万一のとき、事前の説明不足で、保険金が思っていたほど出ないとか、保険の対象にならなかったなどでお客さまを困らせるなどということがあってはなりません。ですから、更新も含め、保険募集にあたっては電話と郵便で済ますことは絶対にせず、お客さまと面談しています。多少手間はかかっても、面と向かってコミュニケーションして初めて、お客さまの本当のニーズがわかりますから。

代理店の世界も競争が激化しています。専業代理店も、選別される時代。お客さま本位のサービスの提供を継続していくために、もっと強い組織にしたいと、組織のありかたを見直し、損保ジャパンと共生しながら私たちが提供できる付加価値は何かを追求しています。単にプロフェッショナルな保険知識だけではダメ。人間性そのものが勝負だと考えています。

保険の仕事に誇りを持った、若いエネルギーに満ちた会社にしたいですね。

代表取締役　毎田 勝氏

担当からひとこと

金沢支店　金沢総合支社　支社長代理　三好　健夫

保険業務については高品質であり、組織的に運営されているプロフェッショナルな専業代理店さんです。社長以下すべての社員は、常にお客さま指向であり、情熱にあふれ使命感を持ってお客さまを全力でサポートされています。

自動車販売会社　岩手日産自動車株式会社

CS向上には、事故対応の質がとても重要です。

私が社長に就任した7年前は、営業成績こそよかったのですが、CS（顧客満足）は全国のワースト10という状態でした。そこで挨拶や納車後のアフターフォロー、DMでの各種ご案内など、お客さまの立場で当社のサービスを総点検。先頭に立ってCS向上に取り組んできました。

自動車保険も、「事故があったらかえって対応が面倒だ」という意識が強かったのを、お客さまの事故のときこそ最も大切な瞬間だ、と発想の転換を求め、CSの一環として、自動車保険の商品知識から事故対応まで、損保ジャパンとさまざまな勉強会を実施し、販売スタッフのスキルアップに努めました。

その結果、昨年度のCSは日産の販売会社約134社中、24位に。まだまだ至らない点も多いのですが、「岩手日産から買ってよかった」という声を多数いただくようになりました。

ディーラーだからこそ、車のことなら、車検も自動車保険も、すべてにおいてプロフェッショナルに対応していきたい。そのためには、指示待ちではなく、社員ひとりひとりが自分で考えて課題を見つけて動けるように、人材教育にも力を入れています。

代表取締役社長　千葉 理平氏

担当からひとこと

岩手支店　自動車営業課　課長代理　林　泰樹

社長は事故の第一報の連絡先も含めて、保険に加入されているお客さまへの対応をすべて把握なさっています。それだけ真剣勝負。先日は、私どもと共催で平尾誠二氏の講演を企画するなど、社員研修の内容も多彩です。

私からもひとこと

中部業務部　上塚 真友美

会議での発表前に、「緊張するのと、あがるのは違うんだよ。あがると頭が真っ白になってしまうけど、君は緊張しているだけだから大丈夫。」と代理店の方に励まされました。緊張で押しつぶされそうなとき、いつもこの言葉を思い出しています。

自動車整備業

株式会社村田自動車工業所

地域のお客さまに「ファン」になってもらいたいですね。

滋賀県大津市で、車検、点検・整備、事故修理、カー用品・新車・中古車の販売、保険までトータルカーライフサービスを手がけています。近年、車検ビジネスに異業種の参入が増え、大手チェーンの寡占化が進んでいますが、私どものような地場系の工場は、地域を大切にし、地域のお客さまから愛されない限りやっていけません。そこで、ファンクラブを運営してお客さまとの接点を増やすイベントを実施したり、損保ジャパンの「エア21車検」（p42参照）によってサービス品質を追求しています。

また、琵琶湖にも近いことから環境に配慮した店づくりが欠かせないと、「エアeショップ21」(p42参照)にも取り組んできました。幸い、お客さまからの口コミで自動車保険の新規契約が伸び、経営の重要な柱となっています。保険担当者は、専業代理店に負けない意識で担当していますよ。

地元の中学生の職場体験も、毎年工場で受け入れており、洗車なども任せています。社員は大変ですが、働くことの意義や誇りを中学生に伝えることによって、自分たちの仕事が社会とつながっていることに気づかされるよい機会だと思っています。

代表取締役社長　村田 健二氏

体験学習の中学生。オイル交換やワックスがけ、ときには板金まで任せる。

担当からひとこと

滋賀支店　滋賀総合支社　主任　渡辺　寛明

地域貢献をお題目でなく、会社のあり方の基本にすえていらっしゃいます。毎朝、始業前に会社の前の道路を掃除する活動も、社員の提案でスタートしたものだと聞いています。毎年7月には代理店さん、社員が合同で、琵琶湖の一斉清掃活動に参加しています。

ガソリンスタンド（SS）

株式会社上燃ライフアシスト

目に見えない契約に心を通わせることが代理店の存在意義です。

もともと長野県上田市で車の燃料供給事業を行っていましたが、1975年くらいに手がけた積立ファミリー交通傷害保険がお客さまからご好評をいただき、自動車保険販売、更には、お客さまとの接点を広げようと、車検、修理、自動車販売までトータルカーライフ事業を展開してきました。

よりプロフェッショナルな保険提案ができる体制を整えようと、2007年4月に保険事業部を分社化したのが、上燃ライフアシストです。現在は、損害保険6名、来店型の生命保険ショップ担当2名の8名体制で、来店型店舗を目指しています。

保険を扱う代理店の存在意義は、目に見えない契約に心を通わせることではないでしょうか。お客さまにとって、10年に1回あるかないかという事故の際には、私たちが現場に出向くことでご安心いただけるはずと、24時間の事故受付体制を敷いています。今後は生命保険も強化していこうと考えていますが、生命保険の提案ではお客さまの健康や生活設計に踏み込んでのアドバイスが求められます。日々勉強が必要で、責任の重さを肝に銘じています。

代表取締役社長　倉沢 衛一氏

担当からひとこと

長野支店　上田佐久支社　支社長代理　三田　努

SSという事業態を活かした事故対応も含め、かゆいところに手が届くサービスを展開している点や、保険の資格取得を推進する点など、社長の「常に上を目指せ！」という方針が徹底されています。分社化の成果が楽しみですね。

私からもひとこと

首都圏業務部東京エージェント開発室　丸山 友教

代理店の方から「今日、死亡保険金をお届けしたお客さまの奥様が『一生感謝します！』と涙混じりに言ってくださった。」と、緊張した声で言われたとき、私たちの使命と責任の重さを痛感したことを、今でも鮮明に覚えています。

お客さまから選ばれる地域一番店を目指して、環境保全やトータルカーライフサービスなど、協働の取り組みを進めています。

AIRジャパン、地域社会との共生を目指して

地域に根ざした多くの自動車整備事業者が、保険代理店としても活躍しています。3,000社を超す優良自動車整備事業者で構成される、損保ジャパンの代理店組織、「AIRジャパン」は、「お客さまの期待を超えた満足の提供」をテーマに、高い技術の提供とお客さまの視点に立ったサービスに励んでいます。そして、当社との協働で地域社会への貢献や環境問題に積極的に取り組むことにより、地域社会との共生を図り、お客さまから選ばれる地域一番店を目指してさまざまな活動を展開しています。

●環境取り組みにおける協働

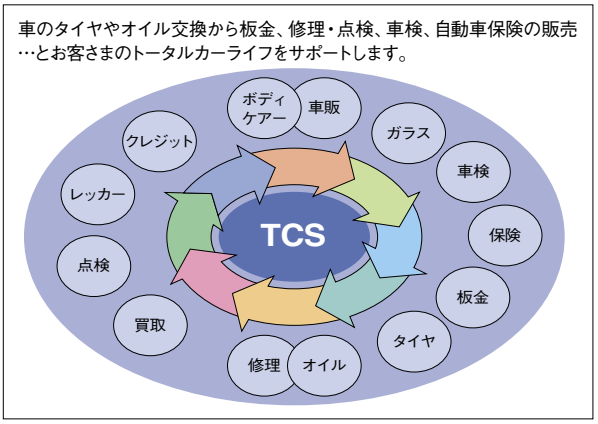
損保ジャパンで培った環境活動のノウハウをもとに、AIRジャパンが2006年度から開始した環境問題への具体的な取り組み、「e-ことプロジェクト」を支援しています。2006年度は「エコドライブ」の推進、2007年度は国土交通省が実施する「環境に優しい自動車整備工場などの顕彰事業」に、全国のAIRジャパン支部で取り組んでいます。

また、（株）損保ジャパン代理店サポートが2001年に開発した、環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001に準拠した、自動車整備業の環境マネジメントを支援する「エアeショップ21」を積極的に展開しています。

●社会貢献活動における協働

個々の事業者による社会貢献活動にとどまらず、各地域で社員とAIRジャパンが連携し、清掃活動、植樹、車いすの点検や寄贈、献血活動など、組織的に継続的な社会貢献活動を数多く行っています（p44参照）。

▼トータルカーライフサービス（TCS）実践イメージ



トータルカーライフサービス（TCS）の実践を支援

損保ジャパンは、自動車整備業代理店が目指しているトータルカーライフサービス（TCS）の実践をさまざまな形でサポートしています。

●各種研修メニューの提供

お客さま満足（CS）の向上を目指して、自動車整備事業者向けにCSのレベルアップの手法とその評価方法などをわかりやすく紹介する「CSアドバンスセミナー」を開催しています。2006年度は全国で36回開催され、延べ800名を超える方々が受講しました。また、ハイブリッド車の普及に伴い、ハイブリッド車研修も全国で25回開催するなど、整備に携わるメカニックの安全と、高度化する整備技術の向上を支援しています。

●ISO9001の一斉認証を取得

2006年9月、全国の「エア21車検」加盟店201店が「車検業務」で品質マネジメントシステムの国際規格であるISO9001を一斉認証取得する快挙を達成しました。

「エア21車検」は、損保ジャパン代理店サポートが、CS向上を目的に開発した自動車整備業代理店支援システムです。一連の取り組みの結果、「エア21車検」加盟店における2006年度総入庫台数は前年に比べ大きく上回りました。

今後も、多くの兼業代理店の皆さまと、より強固なパートナーシップを築き、お客さまからの信頼を確かなものとし、持続的な発展を目指してまいります。

登録証

認定プレート

私からもひとこと

本店営業第四部第三課　前田 洋介

「代理店がお客さまから必要とされ、感謝される」よう代理店のお客さま対応力を高めるために、私たちがいかに支援するかが大切です。そのために自らが常にお客さま目線を持ちながら代理店と接したいと思います。

教育研修を専門とする新会社や札幌コールセンター開設など、お客さま対応力向上に向け、支援を強化しました。

代理店業務品質の向上をサポート

市場が成熟する一方、高齢化が進展しリスクマネジメントの重要性に対する認識が深まるなか、お客さまの保険会社への要望も多様化しています。

代理店が損害保険に関するプロフェッショナルとして、お客さまに的確な情報や高度な保険サービスを提供するとともに、地域において新たな価値を創造し、永続的に社会的役割を果たしていくため、さまざまな支援を展開しています。

●経営相談

業容の拡大や生産性の向上、組織の近代化、後継者の育成など、代理店が抱えるさまざまな経営課題の解決のために、損保ジャパンでは全国に28名の「地区代理店業務開発部長」を配置し、代理店経営に関するアドバイスを実施しています。

●代理店業務支援システム

代理店業務品質の向上や事務処理の迅速化を推進するために、代理店業務をサポートする総合システム「SOMPOJ-NET」を全国の代理店へ提供しています。お客さまへ提案するさまざまな保険の見積書作成や、ご契約者の保険内容の管理が行えるほか、保険を販売するうえで必要となる最新の商品情報や事例などの豊富な情報を「代理店掲示板」から引き出すことができます。

●代理店専用ホームページ

代理店がインターネットを通じたお客さまからの保険料見積もり依頼や資料請求に対応するため、代理店専用ホームページの作成を支援しています。専用ホームページには、「行き先別リスク細分化」を導入した新・海外旅行保険【off!（オフ）】をはじめ、バイクの自賠責保険のインターネット契約サービス『i自賠』（p35参照）などのコンテンツも提供しています。

●研修・教育

少子高齢化など社会の変化や、お客さまのライフスタイルの変化に対応した最適な保険をお客さまに提案できるよう、代理店に求められる技能・知識・販売スキルを体系的に整理した教育プログラム「Jビジネススクール」を10コース提供しています。

また、2007年4月には、代理店の視点に立って高品質な研修・教育・コンサルティングサービスを提供するため、（株）損保ジャパン人財開発を設立しました。

●代理店サポートセンターの開設

2007年4月、全国の代理店からの各種保険商品に関する問い合わせや保険料試算依頼などに対応する、大型コールセンターを札幌に開設しました。東京、佐賀をあわせた複数拠点でのサポート体制により、広域災害などが発生した場合も業務の継続が可能となりました。札幌コールセンターは、2007年度末には180ブース、220名体制とする予定です。

2007年4月　（株）損保ジャパン人財開発を設立

研修ノウハウを蓄積した講師陣が代理店教育を専門に担当することで、代理店のお客さま対応力向上をサポートします。

（株）損保ジャパン人財開発
代表取締役社長
長岡 徹高

損保ジャパンでは、2007年を「教育元年」と位置づけ、各セクションで、「お客さま第一」を実践するための教育・研修に力を入れています。損保ジャパンの保険契約の約93%は代理店を経由していますので、お客さまが満足されるサービスを提供するためには、代理店の業務品質向上も欠かせません。そこで従来、各部門で個別に実施していた研修を新会社に一元化し、レベルの高い講師陣によって体系的に提供する体制を整えることで、研修内容の質の向上を図り、新たな研修メニューの開発に力を入れていきます。

講師陣は2007年5月現在13名。各分野の専門家が揃っています。保険販売スキルや保険業務知識はもちろんのこと、顧客満足向上のためのマナー、コンプライアンス、営業力やマネジメント能力向上のための研修など多彩なメニューがあります。また、代理店指導を担当する社員向けの研修も実施しています。今後はオーダーメイド型の研修や、関連会社との連携による新たな研修も展開していきたいと考えています。

■主な研修メニュー

HOP、STEP、JUMP、CSアドバンス研修（モチベーションUP研修）
保険販売スキル・保険業務知識研修（FP研修・企業代理店実務担当者研修）
代理店の営業力アップ・マネジメント能力アップ研修
代理店指導を行うための社員の能力・スキルアップ研修
CSアップ・マナーエチケット研修
コンプライアンス、事務改善研修

■今後開発予定の主な研修メニュー

プロ・整備工場向け代理店システム研修
事故処理専門研修
e-ラーニングによる各種研修の開発

私からもひとこと

本店営業第一部第三課　官尾 憲樹

代理店とのパートナーシップを築くには、まずはお互いを知ることが大事だと思います。ときにはお昼前に訪問し一緒に昼食を取りつつ、プライベートや日常業務の悩みを共有するよう心がけています。あらゆる面での信頼関係を築ければ最高です。

損保ジャパンの「ちきゅうくらぶ」メンバーとともに、全国各地で、地域に密着した活動が展開されています。

東京　高尾山でクリーンハイク実施

2006年3月24日に、J-SA西東京支部、AIRジャパン西東京支部、損保ジャパン西東京支店の有志で、地元八王子にある高尾山で、山を登りながらのゴミ拾いを実施しました。初めての試みでしたが、楽しみながら自然の大切さを実感した一日となりました。

滋賀　琵琶湖をきれいに！　葦刈りに参加

琵琶湖に注ぐ西の湖には、よしずなどの原料にもなり、水質浄化作用のある葦の原野が広がっています。2006年7月2日、J-SA滋賀支部、AIRジャパン滋賀支部、損保ジャパン滋賀支店の社員が葦刈りのボランティアに参加しました。各々手に鎌を持ち、軍手に長靴といういでたち。今年で活動も3年目となり、地域で楽しく実践できる環境保全活動として定着してきました。

宮城・福島・山梨・石川・熊本・長崎

車いすの清掃・整備と交流ボランティア

各地のJ-SAやAIRジャパンの代理店と損保ジャパン社員が協働で、特別養護老人ホームなどを訪問し、日ごろ手入れの行き届かない車いすの点検・整備・さび落しなどを行いました。車いすを整備している空き時間には、紙芝居や散歩、囲碁・将棋・陶芸・カラオケなど、趣向をこらした交流を行いました。

福岡　「ラブアース・クリーンアップ」に参加

2006年6月4日、J-SA代理店、損保ジャパン社員とその家族で、桜の名所である福岡西公園のクリーンアップ活動に参加しました。公園内を1時間程度かけて全員でゴミを集めた結果、可燃ごみ・ペットボトル・空き缶など全部で60袋にもなりました。

北海道　養護施設に教材と自動洗濯機3台を贈呈

AIRジャパン南北海道支部、J-SA南北海道支部、損保ジャパン南北海道支店合同で募った浄財で児童養護施設・歌棄洗心学園に学習用教材と全自動洗濯機3台を贈呈しました。贈呈式は2006年12月20日、損保ジャパン小樽支社で行われました。

千葉　小学生の工場見学・中学生の職業体験受け入れ

代理店のアオキオートサービスでは、これまでも市内の中学生の職業体験の受け入れや高校への出前授業を行ってきました。2006年度下半期には小学生69名を受け入れ、自動車の歴史や定期検査の重要性などをわかりやすく説明しました。

埼玉　上尾シティマラソンに協力

毎年11月に埼玉県上尾市で行われている市民マラソン大会で、代理店の埼玉ひまわり保険と損保ジャパン社員が、スタート前とゴール後に体脂肪測定をするボランティアを行っています。「何か選手たちの役に立ちたい」と始めた活動も、2006年で15回を数え、多いときは200名もの選手がブースを訪れる息の長い活動となっています。

浜松　「ウェルカメクリーン作戦」に参加

遠州灘の砂浜には毎年アカウミガメが産卵のため上陸します。きれいな海岸でカメを迎えるため、天竜川から浜名湖までの約18kmを清掃する、浜松市主催の毎年5月第2日曜日の恒例行事が「ウェルカメクリーン作戦」。損保ジャパン代理店と社員も、ペットボトル・空き瓶・食品トレイなどのゴミを可燃物と不燃物に分別しながらたくさん回収しました。

愛知　朝倉川の保全活動を行いました

2006年11月25日、地元のNPO法人朝倉川育水フォーラムが実施している河川や自然の復元を目的とした「朝倉川メンテナンス大会」にAIRジャパン三河支部、損保ジャパン社員総勢51名が参加しました。晴天のもと、下枝切りや除草、ゴミ拾いなどに汗を流し、地域の方たちとのコミュニケーションを深める意義ある活動となりました。

私からもひとこと

東京中央支店SS営業課　佐々木 梢

基本的なことですが、頻繁に代理店を訪問したり、日常会話や懇親会などを通して、代理店のことをよく知るように努めています。それから、感じたこと、思ったことを率直に伝えること。失敗も多いですが…。

3 株主価値を高めるために

グローバリゼーションの進展や金融自由化、
会社法施行などを背景に
損害保険会社の経営戦略や事業活動に対する
株主・投資家の期待や要望はますます高まっています。
損保ジャパンでは新中期経営計画を着実に実行することで
企業体質の強化と、経営品質の向上を図り、
企業価値を高めていきます。
また、積極的にIR活動を推進し、
経営の透明性向上と情報公開に努めます。

目標とする経営指標

2008年度
1兆4500億円
正味収入保険料（単体）

2010年度
13%
連結修正ROE*

株主還元の方向性

中長期的に
2%
連結ベース純資産配当率（DOE）*

*連結修正ROE = 連結当期純利益－連結株式・不動産の売却損益・評価損（税引後） / （連結純資産－株式含み損益（税引後））平均残高

*DOE = 配当総額 / 連結純資産（平均残高）

事業の透明性を高め、説明責任を果たすことが基本だと考えています。

中期経営計画の展開

●「損保ジャパン再生プラン」

2006年度は、「損保ジャパン再生プラン」（修正版・中期経営計画：2006～2008年度）の初年度として、「コーポレートガバナンス・リスク管理・コンプライアンスの実効性向上」と「社員がいきいきと仕事ができる環境の整備と仕組みづくり」に全力で取り組むことを通じて、企業体質の強化と、経営品質の向上を図ってきました。国内リテール分野を中心に積極的に経営資源を投入し、損保事業・生保事業・確定拠出年金（DC）事業などにより、規模の拡大と収益力の強化の両立を目指しています。

株主・投資家とのコミュニケーション

●株主還元の充実

株主還元の方針として、配当実額の安定的な増加を掲げ、純資産配当率（DOE：Dividend on Equity）を中長期的に2%とすることを目指しています。2007年3月期の株主配当金は、この方針に基づき、前期より3円増配して1株につき16円としました。今後も、株主価値の増大に努めると同時に、株主還元の充実を図っていきます。

●IR活動の強化

1999年にIR室を設置して以来、株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションを積極的に推進しています。年2回（中間決算・本決算）の会社説明会をはじめとして、国内外で年200回を超える各種ミーティングを実施しています。会社説明会では単なる決算数値の報告だけで終わることなく、貴重な双方向コミュニケーションの場として、経営トップが自ら経営戦略を説明しています。

2006年度末における損保ジャパンの外国人持株比率は約40%であり、海外でのIR活動も積極的に展開しています。2006年度は、欧米・アジアを対象に海外IRを5回、国内での外国人投資家とのミーティングを約50回実施し、コミュニケーションの強化に努めています。

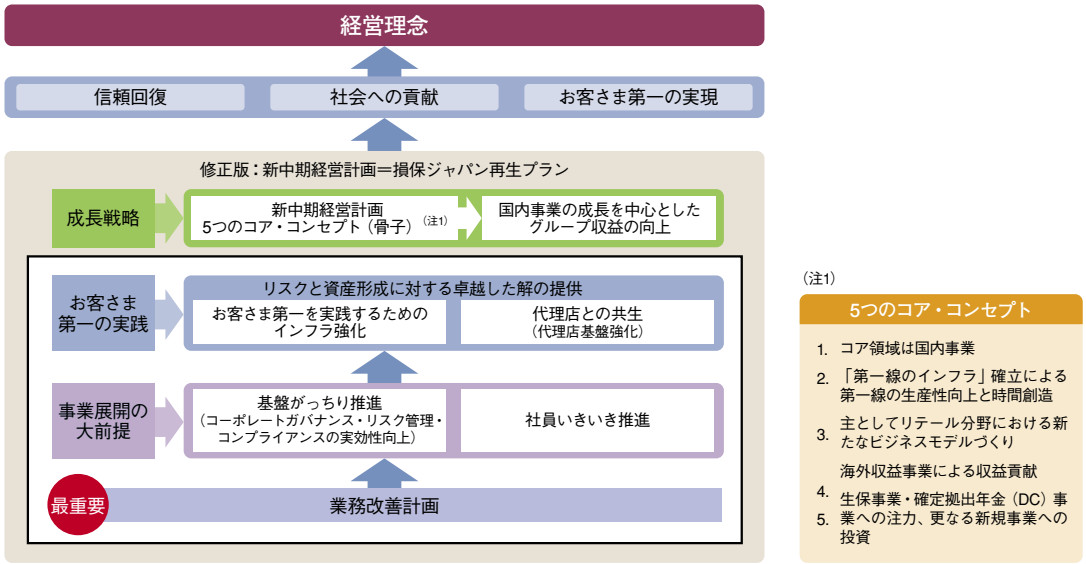
●IRホームページの充実

決算や財務状況、株価情報について、いち早く正確な情報をお伝えするために、IRホームページを開設しています。「個人投資家にはわかりやすく、機関投資家・アナリストには使いやすく」をコンセプトに運営しており、大和インベスター・リレーションズ（株）が発表する「インターネットIRサイトの優秀企業」に、損害保険会社では唯一7年連続で選ばれています。

国内のみならず、海外に向けた情報の適時適切な開示のために、英文ホームページの充実も図っています。

URL **投資家・株主の皆さま専用ページ**
http://www.sompo-japan.co.jp/ir/（日本語）
http://www.sompo-japan.co.jp/english/ir/（英語）

▼「損保ジャパン再生プラン」の全体像



（注1）

5つのコア・コンセプト

1. コア領域は国内事業
2. 「第一線のインフラ」確立による第一線の生産性向上と時間創造
3. 主としてリテール分野における新たなビジネスモデルづくり
   海外収益事業による収益貢献
4. 生保事業・確定拠出年金（DC）事業への注力、更なる新規事業への投資
5.

私からもひとこと

南大阪支店堺総合支社　中條 太志
ともすれば営業収益に直結しないCSR活動は株主価値向上と無関係ではないかと思われがちですが、CSR活動を基盤とした企業風土・企業文化の醸成こそが株主価値を向上させる原動力になると思います。

4 社員がいきいき働く職場へ

「お客さま第一」を実践し、
CSRを推進する原動力となるのは、
損保ジャパンで働くひとりひとりの社員です。
社員の多様性が尊重される環境で、
それぞれが自らの成長を実感しながら
いきいきと仕事ができるよう、
そして仕事と生活のバランスを大切にしながら、
自己実現が図れるよう、さまざまな制度と風土づくりに
取り組んでいます。

97名→184名 詳しくは P49
育児休業取得者数の推移　2004年→2006年

13名→69名 詳しくは P49
育児短時間勤務制度利用者数　2004年度→2006年度

8,200名 詳しくは P51
損保ジャパン・プロフェッショナル大学受講者延べ人数（2007年3月末）

社員の多様性が尊重される職場環境を目指し、女性管理職登用拡大、障がい者雇用促進に取り組んでいます。

コース・職域別雇用状況

多様な就業意識・価値観を持った人材を活かし、効率的な業務運営を行うために、コース別人事制度を採用しています。

■社員数（2007年3月31日現在）　（単位：人）

		男	女	合計
役員		15	0	15
執行役員		27	0	27
職員		5,811	6,609	12,420
職員の区分	総合職員	5,284	161	5,445
	総合職員役職別			
	課長（リーダー）以上	2,169	6	2,175
	課長代理	1,845	37	1,882
	主任	780	44	824
	その他	490	74	564
	業務職員	2	6,448	6,450
	専門職員	525	0	525
	直販職員	0	0	0
専任社員		161	12	173
嘱託社員		1,860	167	2,027
研修生等		182	77	259
計		8,056	6,865	14,921

（上記数値には休職者を含みません）

■年齢・勤続年数・給与の平均（2007年3月31日現在）

平均年齢	39.3歳
平均勤続年数	10.9年
平均年間給与	7,369,276円

女性管理職登用拡大に向けて

課長以上の女性管理職は、2006年度末は6名でしたが、2007年7月現在で12名となり、6名増加しています。

2005年度から、業務職員のキャリアモデルとして新設した「業務リーダー」の登用数は延べ270名に達しています。2007年10月には新たなキャリアモデルとして「業務リーダー（課長）」を新設し、積極的な育成・登用を進める予定です。現在、女性総合職員を計画的に育成していくために、ポジティブアクション（積極的改善措置）*の一環として、女性の課支社長代理を中心とした「次世代リーダー育成プログラム」を展開しています。

＊ポジティブアクション（積極的改善措置）
女性の能力発揮・管理職等への登用拡大に向けて、企業が積極的に機会を提供することで活躍を促すこと。

■業務リーダー登用数

2005年	2006年	2007年
69名	81名	120名

●障がい者雇用を進めるために

障がい者の雇用促進と定着化を図るため、全国各地に採用窓口を設け、積極的に障がい者雇用に取り組んでいます。障がい者雇用率は2007年5月1日現在で1.71%（226人）と法定雇用率（1.8%）の達成には至っていませんが、法定雇用率の早期達成を目標に、計画的な障がい者雇用の拡大に取り組んでいきます。

■障がい者雇用率（各年5月1日現在）

2005年	2006年	2007年
1.78%	1.79%	1.71%

●労災事故と対策

業務災害である社有車運転中の交通事故防止のため、自動車事故防止教育プログラムを実施するなど、削減に努めています。

	2004年度	2005年度	2006年度
業務災害	42件	28件	41件
通勤災害	34件	48件	35件

●健全な労使関係

約1万2,600名の組合員を擁する「損害保険ジャパン労働組合」と労働協約を結び、労使の信頼関係を基盤に、健全な労使関係を構築しています。会社と組合は「経営協議会」などの労使協議を定期的に行っています。更に、各地区本部と組合分会との間で「地方経営協議会」を開催し、各地区固有の課題についても労使間の連携を強化しています。

損害保険ジャパン労働組合から

労働組合では、行政処分後、組合員自らが「損保ジャパン再生の担い手」であるとの自負を持ち主体的に取り組むことがひとりひとりの働きがい実現につながると考え、その重要性を「ひとりひとりが変わり、職場や会社が変わる」というキーワードで継続して伝えてきました。会社に対しては、損保ジャパンの再生と持続的成長に向けて、主体的かつ積極的な意見・提言を行っています。

再生に向けて会社と協議を重ねていくうえでの「組合の提言」をまとめるため、2006年7月に、1. 戦略・風土、2. マネジメント、3. コミュニケーション、4. モチベーション、5. 労働環境、の5つに関する「組合員意識調査」を実施し、この結果に基づき課題を分析、「組合提言集」を作成しました。

今後も引き続き、全国の組合員の意見に十分に耳を傾け、会社の健全な発展と組合員の働きがい創造に向けて、会社に対して提言を行ってまいります。

私からもひとこと
山口支店徳山支社　中村 行男
配属先は自分で選べないのが一般的ですが、「ジョブ・チャレンジ制度」では自ら手を上げて、希望部署の選考に応募することが可能です。仕事の報酬を「仕事」と感じる人には非常に良い制度だと思います。

多様な働きかたを保障する制度を定め、利用しやすい環境づくりを進めてきました。

より利用しやすい制度と環境づくり

損保ジャパンでは、社員がワーク・ライフ・バランスを大切にしながら長期にわたって活躍できるよう、さまざまな制度を導入してきました。「ウィメンズコミッティ」（p50参照）や組合からの具体的な改善提案などをうけ、更に利用しやすい制度へと拡充を進めています。育児休業の取得者数は、2006年度は、2002年度比で3倍以上となりました。

●キャリア・トランスファー制度の新設

転勤のない職種でも家族の転勤や介護などの事情により転居先への勤務が可能となる制度。「ウィメンズコミッティ」からの提案に基づき、2006年4月に新設され、1年間で31名が利用しました。

●「損保ジャパン コミュニティーネット」

仕事と家庭の両立を支援する制度がスムーズに機能するためには、産前産後休暇や育児休業取得中の代替スタッフの確保が欠かせません。2005年7月に人材登録専用ホームページ「損保ジャパン コミュニティーネット」をオープンし、2007年1月からは求人情報が全国に拡大されました。現在、経験豊富なOB・OG約5,000名が登録しています。また、2007年6月から、育児休業中の社員に対する復帰支援策として、保険商品の改定などの会社情報をサイト上で提供することもスタートしました。

次世代法の認定を取得

損保ジャパンは、2007年5月15日、次世代育成支援対策推進法（次世代法）に基づき、次世代の育成に向けて積極的に支援策に取り組んでいる企業として東京労働局長から認定を受けました。これは、男女の育児休業の一定以上の取得や育児支援策を盛り込んだ行動計画を策定し、2005年度からの行動計画期間中2年間に達成したことによるものです。今後も社員の多様なニーズに対応すべく、働きやすい環境の醸成に努めていきます。

キャリア・トランスファー制度利用

旧部署の理解と新部署の支えと家族の励ましで充実した毎日！

岡山支店　支店長席
染谷 真弓さん

主人の転勤が決まり、制度の利用を考えました。一番迷惑がかからない異動時期はいつなのかを先輩方に相談したところ、業務職チーフが「異動時期は染谷さんが希望する時でいいから、それまでよろしく！」と言ってくださいました。その言葉に安心し、異動するまでに自分が考える「チームの問題点」を積極的に改善していこうと、前向きな気持ちになることができました。現部署に異動し、業務内容は180度変わりましたが、周りの方々に支えられながら、毎日とても新鮮で有意義に過ごしています。

シフト勤務制度・育児短時間勤務制度利用

子どもの笑顔が仕事の原動力に

特約火災保険部
特約保険課　業務主任
高林 由希子さん

妊娠中に体調を崩し、医師から満員電車での通勤は避けるように指示を受けたことから、10：00～18：00のシフト勤務制度を利用することになりました。この制度がなければ仕事を辞めなければならなかったことを考えると、体調を崩しやすい妊婦にとっては、非常にありがたい制度でした。今は育児短時間勤務制度を利用し、2人の子育て中です。常に時間との戦いですが、子どもの笑顔に癒されながら、仕事と家庭の二足の草鞋を履ける会社環境に感謝しています。

■ワーク・ライフ・バランス支援制度と制度利用社員数　（単位：人）

制度	2004年	2005年	2006年
産前産後休暇	106	134	140
育児休業制度	97	150	184
育児短時間勤務制度	13	34	69
業務職員再雇用制度	7	14	17
キャリア・トランスファー制度	–	–	31
介護休業制度	5	6	9

このほか、育児シフト勤務制度や介護シフト勤務制度などさまざまな制度で、仕事と家庭の両立を支援しています。

■福利厚生制度

万一の時の会社による支援	法定外災害補償/損害保険・グループ生保/弔慰金等
損保ジャパン共済会による支援	住宅取得支援/各種融資/弔慰金・各種見舞金
心身の健康づくり	健康保険組合/健康管理体制の充実/保養所・スポーツ施設の優待利用/社内禁煙ルールの徹底
社宅制度	社宅貸与/独身寮
財産形成	従業員持株会/財形貯蓄制度

私からもひとこと
船舶営業部中国営業課　小越 百合子
「キャリア・トランスファー制度」はワーク・ライフ・バランスを維持しつつ、女性が長くいきいき働き続けられる制度として有効。積み上げてきたキャリアを活用できれば長期的な観点から企業にとっての財産になると思います。

「ダイバーシティコミッティ」をスタートして、全社員のワーク・ライフ・バランス施策を充実させていきます。

「女性いきいき」から「ダイバーシティ」へ

「全国ウィメンズコミッティ」を中心に

損保ジャパンでは、「女性いきいき推進」を進めるため、2002年度に人間尊重推進本部の設置と同時に、首都圏のさまざまな部門・職種のメンバーからなる自主組織「首都圏ウィメンズコミッティ」を立ち上げ、女性が活躍するうえでの問題意識を整理し、解決策の検討を進めてきました。

2003年には「全国ウィメンズコミッティ」がスタートし、活動を全国に浸透させると同時に、各地の声を幅広く集約する活動を担ってきました。具体的には、部店内への活動の広報や、会議・研修などの企画・実施、社内報への情報提供などを担当しており、2006年度末でメンバーは男性も含め総勢420名にのぼります。

各部店からのメンバーが集まる「全国ウィメンズコミッティ会議」では、各地の前年度の取り組み事例の紹介や、社外のキャリアモデルによる講演などもあり、社内でのネットワークを広げる貴重な機会となっています。このほか、地域のウィメンズコミッティが独自にセミナーや会議を開催するなど、全国で積極的な活動を展開しています。

本社で開催された「全国ウィメンズコミッティ会議」。2006年度は約200名が参加しました。

「ダイバーシティコミッティ」のスタート

2007年2月には、「首都圏ウィメンズコミッティ」を新たに「ダイバーシティコミッティ」としてスタートさせ、男女に関係なく社員ひとりひとりの多様な価値観に応じて働ける職場をつくることを目的に取り組みはじめました。今後は、女性社員のみならず、全社員のワーク・ライフ・バランス改善につながる施策を提言し、社員がいきいきと働くことのできる、活力あふれる職場づくりを実現したいと考えています。

活気ある企業となるために、男性の意識改革が欠かせません。

「ダイバーシティコミッティ」メンバー
サービスセンター企画部
事務・システムグループ 主任　水町 友哉

サービスセンター（SC）では、多くの女性社員が保険金のお支払いを担当し、中には難易度の高い案件も抱えています。こうした環境下でも、互いに支え合い、いきいき働ける企業風土をつくりたい、それが私の「ダイバーシティコミッティ」活動の原点です。特に男性の意識改革が必要と感じ、2006年から活動に参画し、社内セミナーなどを企画してきました。男性も含め社員ひとりひとりが充実したワーク・ライフ・バランスを実現し、より活気ある企業になるための原動力になりたいと思います。

ファミリーウィークの開催

社員ひとりひとりがいきいきと活躍するためには、家族の理解と協力が不可欠であることから、2007年8月の1週間、初めて本社ビルでファミリーウィーク（職場参観日）を開催しました。社員やその家族など延べ600名弱が参加し、日頃働いている職場を見学したり、「保険って何？」といったブースで勉強したりと、会社に対する理解を深めてもらいました。各職場でもさまざまな企画が用意され、それぞれの社員が互いの理解を更に深めました。

NPO法人J-Winへのスポンサー参加

会社の次世代を担う女性の育成支援

損保ジャパンは2007年5月、女性の登用に積極的に取り組む企業・団体が業種・業容の枠を超えて協力しあい、女性の育成支援を行うことを目的に設立されたNPO法人ジャパン・ウィメンズ・イノベイティブ・ネットワーク（J-Win）に、日本IBM（株）、ソニー（株）、KDDI（株）、みずほフィナンシャルグループなどとともにスポンサー企業として参加しました。

損保ジャパンからは、複数名のメンバーが活動に参加し、女性の登用を中心としたダイバーシティ関連のテーマごとの発表と討議、会議への参加による相互研鑽と、課題や対応策の提言活動に取り組んでいます。会員は、女性活躍推進に取り組む約70社。各社・各団体がネットワークを組み、ノウハウを共有することで、業種を超え女性活躍のロールモデルを提示するとともに、社会全体に新しいダイバーシティ・マネジメントの重要性を発信していきます。

私からもひとこと

マーケット開発室　笹川 浩一

キャリアプランに関する定期的な面接では、上司がきちんと指示・アドバイスしてくれたり、社内ポストの公募制度で活気のある人事交流が生まれていたりと、会社が各自のキャリア形成に力を入れていることをひしひしと感じます！

独自の専門教育プログラムと人事制度で社員自らの主体的な学びとキャリア形成をサポートしています。

「教育の損保ジャパン」を目指して

損保ジャパンは、社員ひとりひとりが自己の成長を実感し、いきいきと働ける環境をつくっていくことが、CSRの基本となるES（従業員満足）の前提であると考えています。本社と現場の第一線が連携、連動して教育強化を図り、「教育の損保ジャパン」としての風土を確立したいと考えています。

●損保ジャパン・プロフェッショナル大学

能力開発支援体系の中核をなすのが、「企業内専門教育プログラム（通称：損保ジャパン・プロフェッショナル大学）」です。各階層で必要とされるテーマにあわせ、職員区分・役職・年代別に実施する「階層別研修」に加え、2学部体制で構成した「部門別研修」があります。「基礎教養学部」では全社員の業務知識のレベルアップを、「応用専門学部」では各分野の専門性を高める教育を実施しています。2006年度は延べ約8,200名が受講しました。2007年度は、「教育機会の拡大と充実」を更に進め、社員ひとりひとりが有効に活用できる体制を強化していきます。

●若手社員の能力開発支援体系を拡充

若手総合職員（入社1～3年目）の育成を強化するため、入社後3年間は現場のOJTで教育するとともに、人事部からも個人別のフォロー・指導を実施しています。また2007年度は、新人総合職の集合研修において研修期間を6か月間に延長し、従来の営業・サービスセンター実習に加え、代理店実習を実施しました。「お客さまの視点」と「代理店・社員の共生を考える視点」を身につけることを目指しています。

若手業務職員（入社1～2年目）については、職場の先輩社員が育成担当者となる「OJTサポート制度」を充実させ、2年間で定められた一通りの業務を独立して行うことができるよう、会社と職場が一体となって若手社員の育成を支援しています。

●部店長・リーダーのマネジメント力の強化

社員がいきいきと働ける職場をつくるためには、部店長やリーダーのマネジメント力が重要となります。2007年度は全国約1,300名のリーダーを対象に「損保ジャパン再生マネジメント研修」を実施し、マネジメント教育の充実を図ります。

●キャリア形成を支援する各種制度

●総合職チャレンジ制度

2005年4月入社の新卒採用活動から、業務職員内定者を対象に「総合職チャレンジ」制度を導入。全国の業務職員内定者の中から、総合職員への転換を希望する者に総合職への転換機会を提供しています。

●ドリームチケット制度（損保ジャパン版FA制度）

一定の選考基準を充足した社員に対し、本人の異動希望を必ず実現する「ドリームチケット」制度を導入。2002年12月に導入して以来、累計69名（06年度13名）の社員がドリームチケットを獲得し、希望する部署への異動を実現しています。

●ジョブ・チャレンジ制度とキャリアステイ制度

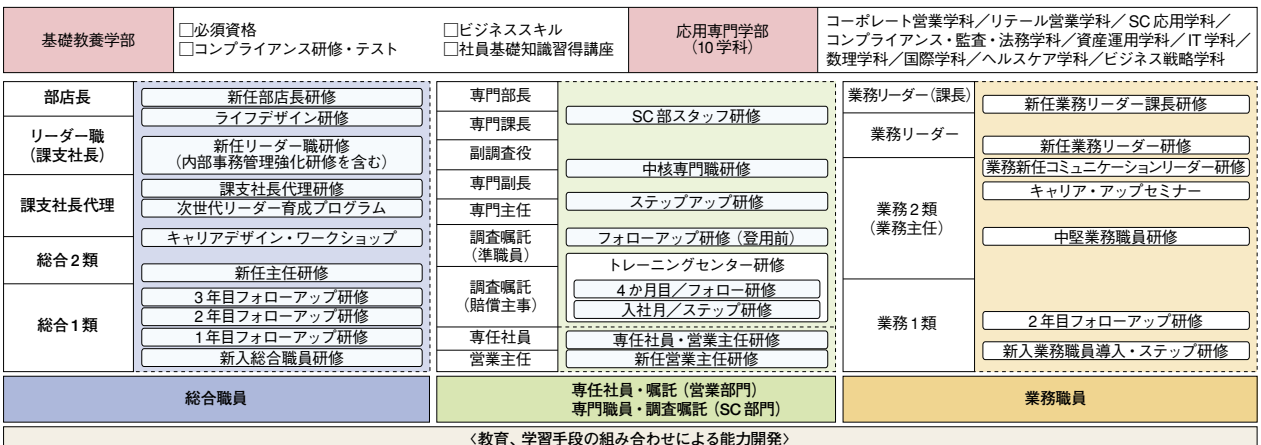
社員の自主的なキャリア形成・能力開発・専門性強化を促進する社内公募制度が「ジョブ・チャレンジ」制度。転居転勤のない職種である業務職員も、転居を伴う勤務に一定期間従事する「キャリアステイ」制度を活用することによって、希望の部署にチャレンジできるよう、制度を拡充しています。

（単位：人）

	ジョブ・チャレンジ制度			キャリアステイ制度
	公募ポスト	応募者数	合格者数	利用者数
2004年度	104	151	39	12
2005年度	124	225	70	29
2006年度	172	249	71	41

＊キャリアステイ制度の数値は、単年度での新規適用者数

▼企業内専門教育プログラム（通称：損保ジャパン・プロフェッショナル大学）



私からもひとこと **グローバル運用部　本橋 幸祐**
損保ジャパンにはいろいろな人がいるので、いろいろなキャリアパスが用意されているのが良いところだと思います。

人権啓発、労働時間、健康管理、女性活躍推進の4つの課題に重点的に取り組んでいます。

従業員満足度とお客さま満足度の好循環を目指して

「損保ジャパン再生プラン」では「基盤がっちり推進」とともに、「社員いきいき推進」を事業推進の大前提と位置づけています（p46参照）。社員がそれぞれの個性を活かしながら、自己の能力を育て、仕事のプロセスも含めた評価と、社員同士の活発なコミュニケーションをもとに、いきいき働ける環境を整備することで、従業員満足度とお客さま満足度の好循環を目指しています。

その基本となるのが、社員ひとりひとりの心身の健康とともに、働く仲間がお互いに理解し、尊重しあえる風土を実現することです。「人間尊重推進本部」を中心に、活動を進めています。

また、「損保ジャパン再生マネジメント研修」を通じて、全国の職場への浸透を図っています。

●「人間尊重推進本部」の掲げる4課題

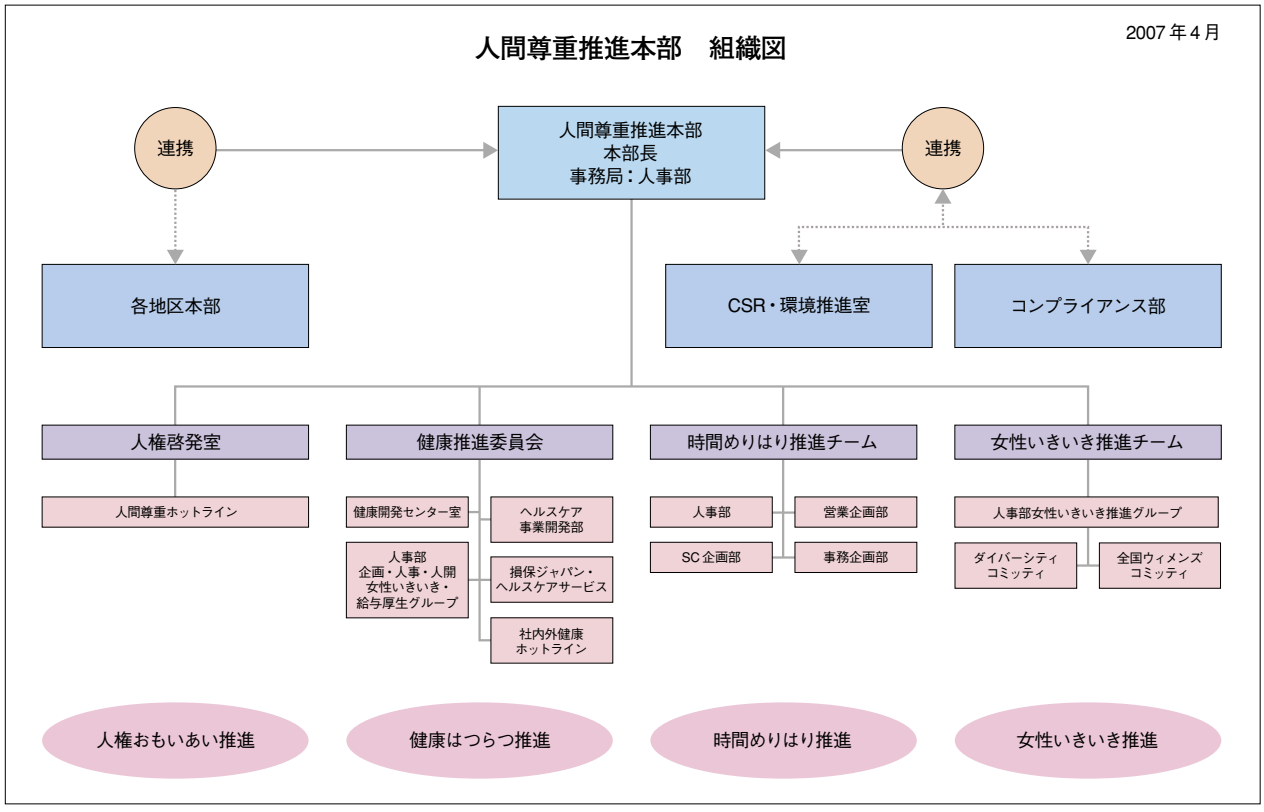
2000年に策定された「人権教育及び人権啓発の推進に関する法律」とその基本計画をふまえ、それまで取り組んできた人権啓発の一層の強化と、従業員満足度の向上を目指して2002年12月に設置したのが「人間尊重推進本部」です。人を尊重し、社員を大切にする企業風土の実現を目指しています。

現在、重点的に推進すべき課題として「人権おもいあい（人権啓発）」「健康はつらつ（健康管理）」「時間めりはり（労働時間）」「女性いきいき（女性活躍推進）」の4つを掲げ、体系的な施策を展開しています。

人間尊重基本方針

- 社員は職務遂行上のあらゆる面において、社会的身分、門地、人種、信条または性別等を理由とした差別を一切行ってはならない
- 社員は人間尊重の精神の涵養（かんよう）に努めるとともに、人権が尊重される社会の実現に寄与するよう努めなければならない
- 社員はあらゆる人権問題を自分自身の問題としてとらえ、相手の立場にたって物事を考えるように努めなければならない

▼人間尊重推進体制（2007年度一部改定）



私からもひとこと

札幌自動車営業部第二課　山田 岳行

損保ジャパンには、とにかく何事にも熱く、厳しく、優しく接する社員、先輩としてはもちろん、一人の人間として尊敬することができる社員が多いと思います。良い意味でも悪い意味でも体育会系も多いです。

4課題の2006年度成果と2007年度目標

課題	テーマ	2006年度成果	2007年度目標
人権おもいあい推進（人権啓発）	すべての社員の多様性が尊重され、相互理解に富む職場環境の実現のために「人間尊重基本方針」の徹底と、継続的な全社員への人権啓発を実施しています。	●人権の観点から個人情報保護に関して、社内業務、社内文書類の見直しを図りました。 ●身近な相談窓口「人間尊重ホットライン」としてプライバシー保護に留意しつつ、相談事項に対する改善に取り組みました。 ●「コンプライアンステスト」にパワーハラスメントの課題を盛り込み、人権への理解度向上を図りました。	2007年度は従来のCSRリテラシー研修と人間尊重推進研修を統合し、環境・社会・人権への配慮を中心とした「CSR研修〜社員いきいきに向けて〜」を全事業所を対象に実施します。
健康はつらつ推進（健康管理）	社員の健康管理、健康増進を支援するため、本社ビルに「健康開発センター」を設置し、健康診断や診療、健康診断受診後のフォローアップ、各種健康教室などを実施。また、各事業所の規模に応じて産業医および衛生管理者を配置し、きめ細かい医療相談や健康管理指導などを行っています。	●社員の肥満対策として新たに「いきいきスリム教室」や生活習慣改善プログラム・健康達人「健康チェック編」などに取り組みました。 ●受診率 2004年度 / 2005年度 / 2006年度 定期健診 98.6% / 98.2% / 97.8% 生活習慣病予防検診 98.5% / 98.2% / 98.2%	2007年度は健康管理体制の一層の充実を図ります。特にひとりひとりの社員のメンタルヘルスサポートを充実させるため、リーダーを対象とした研修内容を刷新します。身体と心の両面から健康維持・増進を図ります。
時間めりはり推進（労働時間）	「時間創造」を通じて、社員ひとりひとりがやりがい・納得感を実感して仕事に取り組むとともに、「ワーク・ライフ・バランス」に留意し、「心と身体」の健康増進を図ることで人材力を高め、活力ある社員・組織づくりを目指します。	●社員ひとりひとりが労働時間を的確に把握し、労働時間のマネジメントに対する意識を高めるきっかけとするため、「時間管理システム」を導入し、適正な労働時間管理に努めています。	職員共通の取り組みとして休日・休暇取得を推進します。取得計画管理のためのツールを用意するとともに取得状況のフィードバックを行う予定です。
女性いきいき推進（女性活躍推進）	「仕事と家庭の両立支援」、「キャリアアップ支援」、「社員の意識改革」を3本の柱に、女性が活躍する風土と仕組みづくりを進めます。	●女性社員の意見を反映させた仕事と家庭の両立「ワーク・ライフ・バランス支援制度」の新設・改定を行いました。 ●各種ポジティブアクションの実践を図りました。	活動の3本柱のうち、社員の意識改革とキャリアアップ支援に注力。特にこれまでの女性に焦点をあてた活動から、男性も含めた全社員の取り組みへと拡大し、多様な価値観を受け入れいきいきと働ける職場を目指します。

時間めりはり推進　「業務職2,000時間水準達成」に向けた長岡総合支社の取り組み

社内衛星放送より

損保ジャパンは、業務職の年間総労働時間2,000時間水準達成という目標を立て、「時間めりはり推進」に取り組んでいます。長岡総合支社では、2005年度から業務職が中心となって、ワーク・ライフ・バランスの実現に向けた「早帰り」をテーマにした独自のプロジェクトをつくり、さまざまな活動を続けてきました。残業の実態把握と原因究明を行い、ひとりひとりが時間管理の意識を高めるだけでなく、新人のスキルアップ勉強会の実施、書類のチェック体制整備、代理店との勤務時間内での事務連絡の励行など、支社全体で業務改善による時間創造に努めました。更に、朝礼で退社予定時刻を発表したり、業務に集中するコアタイムを設定し周囲の社員と共有することで、業務に集中する環境を整備したりするなど、さまざまな施策を実行し、2006年度は、支社の業務職年間総労働時間2,000時間水準をほぼ維持しています。長岡総合支社の取り組みは、社内衛星放送などでも取り上げ、ノウハウやツールを全国の課支社に横展開しています。

健康はつらつ推進　職場の良好なコミュニケーションが、心の健康管理の基本です。

人事部
健康開発センター室
担当部長兼室長
前田 晃良

健康管理センター室では、メタボリックシンドローム予防をはじめ、社員の健康管理や医療相談にきめ細かく対応しています。2007年度はメンタルヘルスをテーマに、厚生労働省の提示する「4つのケア」*を中心に、体系的な取り組みを開始しました。特に上司や同僚など周囲の配慮が、早期発見や予防に欠かせないことから、“気づき”に直結した教育研修プログラムを展開しています。まず、基礎知識を解説したマニュアルを配布し、社内情報ネットワークを活用して内容の確認テストを実施。更に実務応用編として、ドラマ仕立てにしたケーススタディをもとに、原因や対処法を参加者が自由に討議する形の研修を、リーダー職以上の全員に実施しました。この研修は、毎年内容を変えて継続的に行っていく予定です。

心の健康に必要なのは、気配り、気づき、声かけ、傾聴というコミュニケーションの基本。それは「社員いきいき」の風土づくりの基本でもあるのです。

*1.個人　2.管理監督者　3.人事・労務・産業医　4.外部機関

私からもひとこと
サービスセンター企画部品質管理室　秋元 麻里
当社職員の一番の魅力は、個々の職員がそれぞれに個性や価値観を持ちながら、自然にお互いの違いを認め合う風土をつくり出している点だと思います。ときたま個人力が突出し過ぎてしまうのが玉にキズかもしれません。

Q 新卒採用の方針を教えてください。

「学生と企業のベストマッチ」を基本コンセプトに、さまざまな機会を通じてコミュニケーションを図っています。

「ベストマッチ」を目指す取り組み

●人物本位の採用を徹底

選考会においては「人物本位・実力本位」を重視し、エントリーシートによる選考は行わず、損保ジャパンを志望する学生全員と面接している点が大きな特長です。また、完全公募制とし、公開された選考会のみで選考を行います。2008年度入社新卒採用においては1万7,000名を超える応募があり、総合職員・業務職員延べ1,000名を超える社員が面接官として対応しました。

また業務職員新卒定期採用では、選考で不合格になった応募者が再度チャレンジできる「選考会Re-Try制度」を実施しています。複数の機会を設けることで本来の実力を発揮してもらい、人物本位の選考を更に充実させることができると考えています。

●社員との1対1での面談機会を積極的に提供

学生の皆さんに損保業界や損保ジャパンを理解してもらうことを目的とし、「社員訪問制度」を損害保険業界で初めて導入しました。採用ホームページに約800名の社員のプロフィールを掲載し、申し込んだ学生と社員が1対1で仕事内容や社風などについて対話しています。

●企業の実像を知るインターンシップ制度

2001年度から、大学生を対象に専攻や希望キャリアに関連した就業体験を全国で提供する「インターンシップ制度」を導入し、2007年度は3地区で88名が参加しました。

Q 社員のCSRマインド醸成のために工夫していることはありますか？

新入総合職員への研修をはじめ、日々の業務を通じて実践できるよう、“気づき”をうながす各種研修を行っています。

新入総合職対象の1日CSR研修

新入総合職員を対象に、2005年度から1日かけて行うCSR研修を実施しています。研修は、“CSRダイアログ”、“擬似体験”、“講演”の3つのプログラムで構成され、NPOやCSR関連組織の方々にもご協力いただいています。2007年度は、2日間にわたり約260名の新入総合職員に対してCSR研修を行いました。

ディスカッションを中心とした「CSRダイアログ」は、NPOの方をコーディネーターにお招きして、CSRレポートの比較分析を行いながら、“損保ジャパンのCSR活動の課題”などについて、新入職員同士の積極的な議論やCSR担当部門との対話を展開しました。また、擬似体験講座では、調布市社会福祉協議会の協力を得て、車いすとアイマスクを使用した体験プログラムを実施しました。

講演では、特定非営利活動法人 日本NPOセンターと社団法人 日本環境教育フォーラムの各講師に、「企業とNPOの協働について」というテーマで講演いただきました。

積極的な参加を促すCSR研修を通じて、自ら考え、他者への配慮と社会への責任ある行動を実践できる社員を育成しています。

その他、全社員が毎年受講する「CSRリテラシー研修」や、より専門的な「CSRディベロップメント研修」なども実施しています。

私からもひとこと

人事部　鈴木 里香

自分の個性を活かしながら、明るく元気に働いている人が多いと思います。研修や会議などで集まると、初対面でもすぐに仲良くなり、夜は初日から大盛り上がり！！元気すぎて翌日に影響が出てしまうことが反省点ですね。

5 持続可能な地球環境へ

損保ジャパンの環境問題への取り組みは、
1992年、国内金融機関初の環境専門部署
「地球環境室」を設置したことにさかのぼります。
以来、「全員参加」「自主性」「地道・継続」をキーワードに、
社員ひとりひとりの環境意識の向上を図ってきました。
気候変動が世界の主要な共通課題として
クローズアップされてきた今、
環境配慮の商品・サービスの開発や
国際的イニシアティブへの参画、環境教育など、
損害保険会社だからできる活動を展開しています。

5万8,033t 詳しくは P60
全社のCO_2排出量（2006年度）

248講座 約11,800名 詳しくは P62
「市民のための環境公開講座」受講者延べ人数（2007年3月末現在）

325名 詳しくは P64
CSOラーニング制度で学んだインターン生延べ人数（2007年3月末現在）

約235億円 詳しくは P28 P67
エコファンド『ぶなの森』2007年5月末現在の純資産残高

クローズアップ
CLOSE UP

©環境省

©Munich Re Group

©Mariko Yoshida

損害保険会社として、気候リスクに立ち向かう。

**世界はいま、気候変動という地球規模の問題を抱えている。相次ぐ大型台風の発生、大洪水……
これらの気候変動の影響といわれる自然災害は保険会社にとって、
大きなリスクである。しかし、その解決手法をビジネスに転換するチャンスでもある。
損保ジャパンは企業としてどのように気候変動対策に取り組んでいるのだろうか。**

気候のリスク

2005年8月末、アメリカを襲った大型のハリケーン・カトリーナは甚大な被害をもたらした。多数の死者、家屋の倒壊など、支払い保険金総額は約600億ドルを超えた。この年の世界全体の天候災害による経済損失額は約1,700億ドルにものぼった。

大型台風、大雨、熱波など、ここ数年、異常気象による大規模災害が頻発し、損害額が一国のGDPを超えるケースもあるなど、異常気象の増加は、損害保険会社にとって顕在化する重大な気候リスクとなっている。

気候変動に関する政府間パネル(IPCC)の最新の報告は、気候変動の影響が全世界的に生じており、異常気象の多発も温暖化との因果関係があることを示唆している。いま、企業や個人が適切な行動を起こさなければ、今後、生態系や食糧など人類の生存基盤にも深刻な影響をもたらすことになる。気候変動は加速度的に進行するともいわれており、各企業のとる行動の重要性が増している。

©Munich Re Group

損保ジャパンの「適応」と「緩和」対策

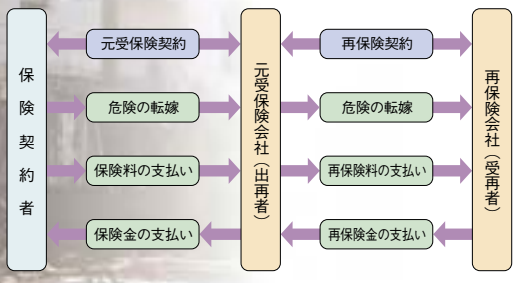
気候変動対策には、大きく2つのアプローチがある。ひとつは、過去に排出され大気中に蓄積した温室効果ガスによる気候の変化がもたらす、避けることができない人的・経済的被害にいかに対処するかという「適応」対策であり、もうひとつは、将来の気候変動を抑制するために温室効果ガス排出を削減する「緩和」対策だ。緩和対策だけでなく、適応対策をバランスよく実施していくことが、今後ますます強く求められる。

●「適応」
～革新的なリスクファイナンス手法の必要性～

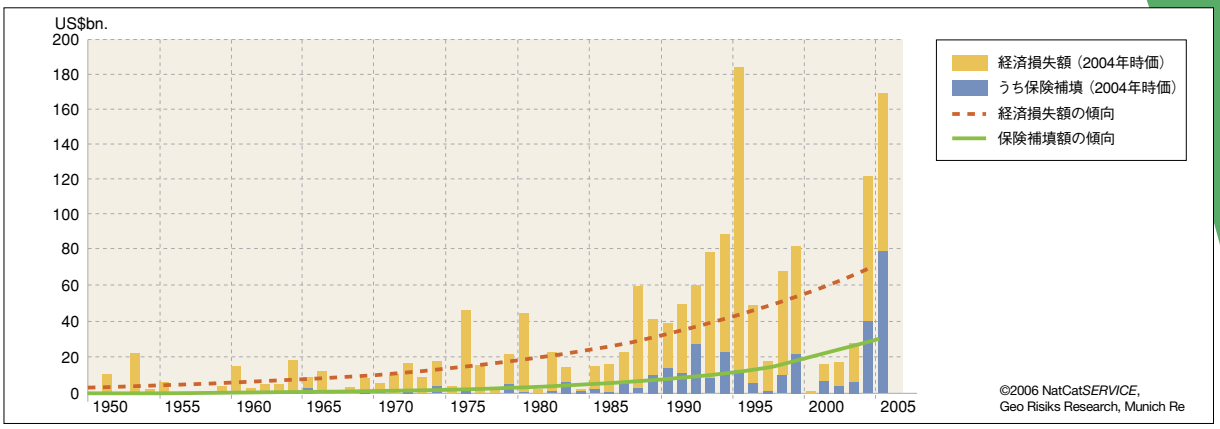
自然災害などの莫大な保険金の支払いに備え、損害保険会社は十分な責任準備金を積み立て、更に再保険*などによりリスク分散を行い、お客さまに十分な支払いができるよう万全の体制を維持する、それが第一の社会的責任であ

＊再保険契約とは
保険会社は、自社の引き受けた保険契約上の責任の一部または全部を他の保険会社に転嫁すること（再保険）により、自らの引き受け能力を補完するとともに、危険の分散と平均化を図っている。

保険契約者ー元受保険会社ー再保険会社の関係



▼大規模自然災害による経済損失（1950～2005）



ることはいうまでもない。しかし、それだけにとどまらず、起こりうる事態に備え、リスクを分析・評価・定量化し、予防的手段を提供するといった、より積極的に、損害保険システムそのものを気候変動の適応対策に活かしていくことが非常に重要なポイントだ。

損保ジャパンには、防災や、災害により被害を受けた企業の事業復旧支援や、市民生活の復興支援に関するノウハウが蓄積されている。こうしたリスクマネジメントに関連する膨大なデータやノウハウを活用して、防災や減災に役立てることも、期待される適応対策のひとつである。現在、グループ会社の（株）損保ジャパン・リスクマネジメントが、国内外でのBCMコンサルティング事業*を積極的に展開している。

また、損保ジャパンは、気候変動の影響に対して特に脆弱な途上国を支援するため、リスクの特定から防災、被害の復旧支援などに資する革新的なリスクファイナンス手法の開発について、現在、調査・研究を進めている。今後は、適応対策における政府・自治体などとの連携が課題となろう。

＊BCMコンサルティング＝「BCM」は、事業継続マネジメント。
（p32-33参照）。

●「緩和」
～金融機能を通じ企業の大規模削減努力を後押しする～

京都議定書は、日本をはじめとする先進国に温室効果ガスの削減義務を与えたが、それは世界にとって第一歩にすぎない。気候の安定化に向け、更なる大規模な削減が必要とされており、企業も排出削減に関する長期的戦略を持った行動が、最も重要な社会的責任のひとつとなっている。

損保ジャパンでは、CSR金融、つまり金融機関としての機能を活用することで産業界のCSRを支援していくという観点から、さまざまな取り組みに力を入れている。SRIファンドの一種であるエコファンド『ぶなの森』を1999年に発売して以来、個人投資家や機関投資家に向けた啓発活動や環境コミュニケーションにも力を入れてきた（p28参照）。また、2005年から太陽光発電システムの設置を行う企業へ提供している天候デリバティブは、日照時間が不足する場合にシステムを導入した消費者に対し補償金を支払う仕組みで、太陽光発電の導入促進につながることが期待されている（p67参照）。

更に、機関投資家が連名で企業に対して気候変動対策の情報開示を要請することにより、企業の気候変動対策を促進する国際的なイニシアティブ、「カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト」の主要なメンバーとなり、活動に貢献している（p68参照）。

今後も、CSR金融の一環として、保険、保証、金融商品などの開発を通じ、各企業が取り組む省エネなどの革新的技術の開発・普及を後押ししていく。

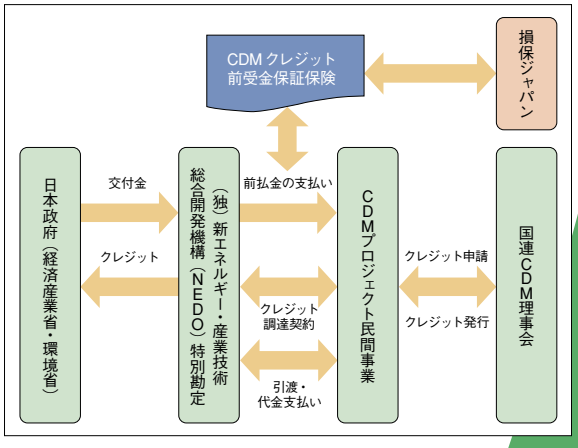
排出権ビジネス

京都議定書のもとで実施される排出量取引*については、社会全体の温室効果ガス排出量を効果的に削減する手段のひとつとして世界で盛んに行われ、今後も市場が活発化すると考えられている。

損保ジャパンは、2006年度に、（独）新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）とCDM*プロジェクトの実施事業者との間で交わすクレジット購入契約において、保証スキームを開発・提供した。CSR金融の一環として、途上国の温室効果ガス削減に寄与する仕組みであるCDMプロジェクトへの保険や投融資、金融商品としての排出権ビジネスに伴うリスクと可能性（機会）について、中長期の観点から引き続き研究・検討を行っていく。

＊排出量取引は、温室効果ガスの総排出量を抑制するために、企業や国が一定以上の二酸化炭素の削減に成功あるいはCDMにより排出権を獲得した場合や、目標の削減量に足りなかった場合、抑制超過分や不足分を市場で取引すること。
＊クリーン開発メカニズム（Clean Development Mechanism：CDM）
先進国が途上国に技術、資金を提供して、温室効果ガスの削減・抑制対策など、相手国の持続可能な開発を支援する事業を実施し、これによって得た温室効果ガスの削減量をクレジットとして、自国の削減目標に充当できる仕組みのこと。

▼京都メカニズムクレジット取得　保証保険スキーム



ISO14001と、独自の“E-ことプロジェクト”で、PDCAサイクルでの活動を全国で推進しています。

損保ジャパン環境方針

2002年7月、損保ジャパン環境方針を策定し、基本理念と3つの行動指針を掲げ、環境問題の解決に向けて積極的に取り組んでいます。

損保ジャパン環境方針

〈基本理念〉

損保ジャパンは、地域の環境保全・地球的規模での環境保全および循環型経済社会の構築を企業の社会的な責任ととらえ、環境・経済効率（Eco-Efficiency）に配慮し、損保ジャパングループをあげて全員参加で、環境問題への取り組みを地道かつ継続的に展開していきます。

〈行動指針〉

1. 新商品・新サービスの提供

保険商品開発、リスクマネジメントサービス、事故対応サービス、金融サービス等、環境問題の解決に寄与する新商品・新サービスを、グループ会社を含むあらゆる部門において研究・開発し、社会に提供するよう努める。

また、環境問題に関する各種情報を収集・研究し、社会に対して発信する。

2. 省資源・省エネルギー活動の推進

事業活動にともなう資源・エネルギーの消費や廃棄物等の排出による環境への負荷を認識し、環境関連法規制等の遵守はもとより、省資源・省エネルギー・リサイクル活動を推進し、環境負荷の低減ならびに環境汚染の予防に努める。

3. 社会への貢献

自然保護活動や環境教育活動への支援など環境面での社会貢献活動に取り組む。

また、社員一人ひとりが「よき家庭人、よき社会人」および「地球市民」として自主的に行う環境保全活動や地域への社会貢献活動等の取り組みを推進し、積極的に支援する。

上記の取り組みについて、環境目的・環境目標を定めて定期的に見直しを行い、継続的な改善に努める。

2002年7月1日制定

環境マネジメントシステム

●PDCAのサイクルで取り組みを検証

損保ジャパンの環境マネジメントは下図のとおり、CSR・環境マネジメント体制のもとで展開しています。本社ビルと事務本部ビルは、ISO14001を、全国の地区本部・支店・支社ビルでは、独自に開発した“E-ことプロジェクト”のシステムを導入し、PDCAのサイクルで活動を深めています。推進状況をチェックするために内部監査員などの資格取得を進めており、2007年6月末現在までの取得状況は、以下のとおりとなっています。

■環境監査員資格取得状況（集計）　（単位：人）

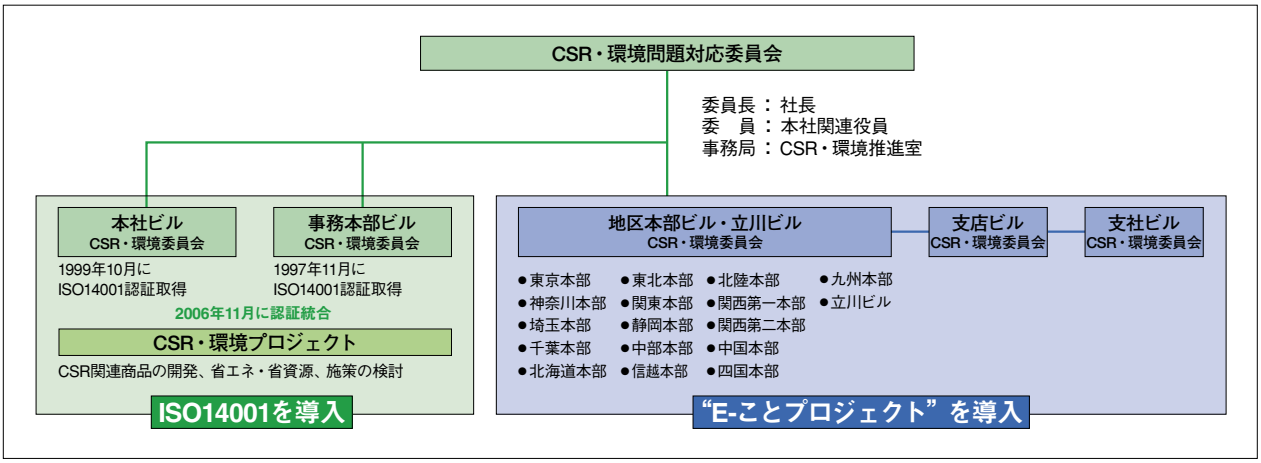
	2005年6月	2006年6月	2007年6月
内部監査員資格保持者	138	141	136
うち、CEAR認定環境審査員登録者（主任審査員および審査員補の合計）	10	11	10

●「アクションプラン60」

「環境にも社会にも“いいこと”をしよう!」という発想で地区ごとに独自の取り組みを推進している“E-ことプロジェクト”では、2005年度から「アクションプラン60」を導入し、省エネルギーや紙使用量削減の具体策、グリーン購入、社会貢献活動など、60の切り口から取り組み度合いを客観的にチェックしています。チェックは年に3回、5段階で各項目を評価し、100点満点に換算します。2006年度末の全国平均は75.3点となり、2005年度末から4.86点アップしました。

アクションプラン60項目例
- ○離席時の端末ディスプレイの電源オフ
- ○2時間以上離席するときは、端末本体の電源をオフに
- ○省エネ型蛍光灯への切替
- ○使っていない部屋の消灯を徹底

▼CSR・環境マネジメント体制図



全社的な環境の取り組み方針を検討・決定しているのが、社内横断的な「CSR・環境問題対応委員会」です。商品開発や紙削減などの個別の課題に対しては「CSR・環境プロジェクト」を立ち上げています。事務局は、本社の「CSR・環境推進室」が担当。経営企画部門の一部として、CSR・環境活動に関する企画・推進や対外的な情報開示の窓口としての役割も果たしています。

専門のワーキンググループを立ち上げ ドキュメントマネジメントを進めています。

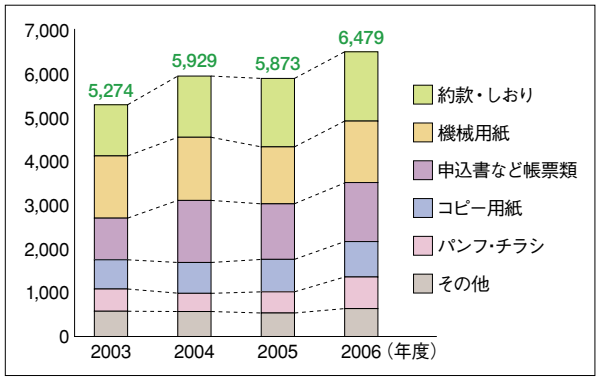
電子化による紙削減

●2006年度の紙使用量は大幅増

損保ジャパンでは、CO_2削減と並んで、紙の使用量削減を環境活動の重要テーマと位置づけ、「コピー10か条」の励行や印刷ミス撲滅運動、ペーパーレスミーティングの推進など、社員の意識向上に取り組むとともに、全社横断的な「ドキュメントマネジメントワーキンググループ」を立ち上げ、電子化を切り口にした業務改革と、紙削減を戦略的に推進する手法の検討を重ねてきました。

しかし保険金お支払い漏れ調査などの影響によってお客さまへのご案内などが増えたため、2006年度の紙使用量は6,479トンと、ここ数年に比べて大幅に増加しました。

▼紙使用量の推移　（単位：t）



●機械用紙・帳票類の削減がカギ

紙の使用量の内訳は、約款・しおりが約4分の1、機械用紙と申込書など帳票類がともに5分の1、以下、コピー用紙、パンフレット・チラシとなっています。

紙の使用量を減らすためには、申込書などの帳票類、契約更改時の機械用紙、約款などについて、業務プロセスを見直し、できるだけ紙に印刷・出力しない方法に切り替えることが最も合理的です。そこでまず、現在紙の形で配布・保管しているあらゆる文書について、重要度や利便性、セキュリティなどの観点から検証し、業務フローを勘案しながら、次の三点を柱に、印刷物・帳票類の電子化に向け、段階的にふみ出しました。

（1）各種帳票の電子帳票化への移行（順次移行）

事務本部で紙に打ち出し、第一線に送付していた機械帳票を電子帳票化し、必要に応じてネットワークにアクセスして閲覧するシステムに順次切り替えています。個人情報保護対策としても重要であることから、約2,000種類ある帳票のうち、個人情報が掲載されているものから順に、移行を進めています。

（2）ウェブを活用した申込書作成・計上（2007年7月～）

ウェブを活用して契約者情報を入力、保険申込書の作成・保険料計算、設計書作成を行うことができる保険商品の種目を拡大しています。主力の自動車・火災保険だけでなく、個人分野の賠償責任保険（個人賠責、ゴルファー、テニス、スキー・スケートなど）をはじめ、企業分野の賠償責任保険についても、帳票設計がオンデマンドでできる体制に。更には、一定規模の企業などの団体扱いの自動車保険について、契約更改手続きをウェブで完結できる仕組みも2007年7月から導入しています。

（3）印刷物電子化ネットワーク（2007年度中にシステム構築）

約2,000種にもおよぶ全印刷物を電子データとし、ネットワークを通じて閲覧・保管、オンデマンド印刷するシステムを構築します。これにより、少量多品種のパンフレットを在庫しておく必要がなくなり、新商品が出るたびに各支社などに送付していた見本が不要になるなど、紙削減につながると見込んでいます。

森林資源を守るために

●機械帳票の再生紙化を拡大

貴重なバージンパルプの使用を減らすために、オフィスで出る紙の分別収集を徹底するとともに、再生紙の使用を推奨しています。証券や満期通知など、これまで強度や正確性などの問題から再生紙化が困難だった機械帳票についても、古紙70%を基準に再生紙化を促進し、品目の拡大に努めています。

また、CO_2を吸収する豊かな日本の森を守り育て、地球温暖化防止に寄与することを目的に、間伐材など国産材の利用促進に取り組んでいます。株主の皆さまに郵送する報告書や社員が携行するCSRカード、名刺などを間伐材用紙としています。

間伐材用紙を使ったパンフレット類

長年の「紙文化」の変革へ、これからが正念場

ドキュメントの電子化は、業務システムフローとも密接に関連しており、息の長い取り組みが必要です。内部統制の強化にあたって、証跡記録を残すことが求められるなど、紙削減との両立が難しい面もあります。一歩ずつではありますが、紙文化の変革に向け、優先順位を決めて取り組んでいきます。

総務部
総務企画グループ リーダー
保條 友宏

私からもひとこと
調査部　木村 淳子
エアコンの消費電力削減に努めます！加熱範囲を選べるホットカーペットや扇風機をなるべく利用して、エアコンのフィルターもこまめに吸引清掃。設定温度も夏は高めに冬は低めに設定します。

紙の使用量を除き、電気・エネルギー関連は継続的に削減しています。

2006年度　環境パフォーマンスデータ（全社）

2006年度は、気候変動対策を重点課題とし、全社でCO_2排出量の削減に取り組みました。

電気・エネルギーについては、エレベータの省電力型設備へのリニューアルや空調の省エネシステム導入が全国的に進み、使用量が減少しました。また、ガソリン使用量については低燃費車の導入促進の効果があらわれ、対前年比で10%の削減となりました。

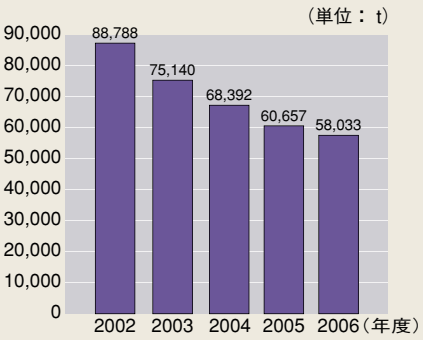
一方、紙使用量については、各種帳票類のペーパーレス化推進に取り組んだものの、お客さまへのご案内文書が大きく増え、全体として増加しました（p59参照）。

	2005年度	2006年度	二酸化炭素（CO_2）換算（単位：t）*1		対前年比
			2005年度	2006年度	
電力使用量（Kwh）*2	80,113,273	79,490,492	44,463	44,117	☀
紙使用量（t）	5,873	6,479	—	—	☂
ガス使用量（m^3）*3	217,168	197,624	425	411	☀
エネルギー使用量（MJ）*4	76,674,575	69,974,201	5,137	3,989	☀
社有車燃料使用量（ℓ）*5	4,379,928	3,921,563	10,632	9,516	☀
合計			60,657	58,033	☀

*1　CO_2換算排出量は、2006年3月改正の「地球温暖化対策の推進に関する法律施行令」の係数を使用しています。電気使用量については過去のデータにも適用して再算出しています。
*2　電力使用量は、全社の光熱費を1キロワットの平均的な電力料金で除したものです。
*3　ガス使用量は、東京都環境確保条例で温暖化防止計画を策定している本社ビル、事務本部ビルと立川ビル、の合算数値です。
*4　エネルギー使用量は、本社ビルと立川ビルが各地域の熱供給会社から受けている蒸気と冷水の合算数値です。
*5　社有車の燃料使用量は、全社のガソリン費用を1リットルあたりの平均的なガソリン代（136円）で除したものです。

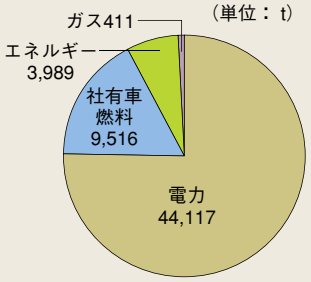
パフォーマンスデータに記載された“お天気マーク”は以下の内容を示します。
☀…減少　☁…変動なし　☂…増加

▼CO_2排出量の推移



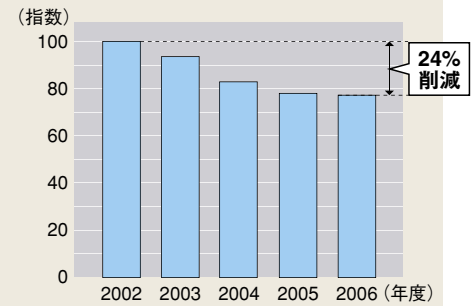
CO_2は年々排出量が減少しています。昨年対比では95.7%。安田火災と日産火災が合併し、損保ジャパンが誕生した2002年度比で65.4%と、約35%減少しました。

▼CO_2排出量のエネルギー別内訳（2006年度）



CO_2排出量の4分の3を占めるのが電力です。

▼光熱費の推移



※2002年度を100とした指数で表しています。
※光熱費とは電気・ガス・水道・冷暖房費の合計です。

2002年度と比較して2006年度は約24%の削減となっています。

全国の環境マネジメント活動事例

本社、事務本部、東北本部、関西第一本部、中国本部、四国本部、九州本部など

ECOパトロール、ごみ分別用コレクターチェックの実施

昼休みなどを利用して、抜き打ちで、不在箇所の消灯・未使用OA機器の電源オフなどをチェックする「ECOパトロール」や、ごみの分別が正しいかどうか点検する「コレクターチェック」を定期的に行っています。結果は各職場にフィードバックし、意識向上に役立てています。

コレクターチェックの様子

事務本部

ゼロエミッションの維持

事務本部ビルでは、2002年度に「ゼロエミッション」（ごみゼロ：ごみのリサイクル率98%以上）を達成し、維持しています。廃棄物は10種類に分別し、意識づけのために職場単位での勉強会を開催するなど、環境教育にも取り組んでいます。

分別ごみ箱

CSR・環境推進室 課長　福渡　潔

当社は、1992年に金融機関としてはいち早く環境問題への取り組みを開始しました。今後も温室効果ガスの削減に注力した効果的な環境マネジメント活動を加速させていきます。

2007年度環境目標と中期目標

すべてのビルで、ビル単位の環境目的・目標を設定し、全社をあげて環境マネジメント活動を展開しています。また目的・目標は、環境だけでなくCSRにも視野を広げて設定しています。

1. 本社ビル

2005年度からの3か年中期目標達成に向け、省資源・省エネルギー活動に取り組んでいきます。また、商品開発部門やCSR・環境推進室を中心に、CSRおよび環境関連の商品・サービスの開発、調査研究を推進していきます。

本社ビルすべての部室・グループ会社に関連する環境目標（2005年度からの中期目標）

【各年度の目標（2004年度比）】

		2005年度	2006年度	2007年度
エネルギー使用量（電気・蒸気・冷水）	目標	3.7%削減	4.9%削減	5.9%削減
	実績	2.7%削減	3.4%削減	
水道使用量	目標	2.9%削減	3.1%増に抑える	7.8%増に抑える
	実績	3.1%増	8.3%増	
紙使用量	目標	3.0%削減	2.3%削減	0.8%増に抑える
	実績	0.8%増	7.5%増	
リサイクル率	目標	88.3%	90.0%を維持	90.0%を維持
	実績	91%	91%	

※水道使用量、紙使用量については、2007年度の目標を見直しました。

ビル内各部室・各グループ会社が取り組む目標

- 事務・システムの企画・開発・運用などの全過程を通して環境負荷を低減する
- 全国の環境マネジメントシステムの徹底と省資源・省エネを推進する
- 事故車修理時のリサイクル部品使用率を引き上げる
- CSRおよび環境関連の金融・保険商品やサービスを開発・提供する
- CSRおよび環境問題に関する調査研究・情報発信を推進する
- CSRおよび環境問題に関して代理店、取引先を含め、ステークホルダーとの双方向のコミュニケーションを強化する
- 社会貢献活動を推進する

2. 事務本部ビル

2007年度は、2003年から達成している「ゼロエミッション（ごみゼロ：ごみのリサイクル率98%以上）」活動のレベルの維持に努めるとともに、地球温暖化防止プロジェクトチームを設置し、地球温暖化防止に向けた取り組みを展開していきます。また、職員の意識の向上を図り、社会貢献活動への積極的な参加を推進していきます。

廃棄物の削減とリサイクル化の推進

- リサイクル率98%以上を維持する
- 事務室内およびパブリックスペースの分別廃棄の徹底を図る
- 廃棄物の種類ごとのリサイクルフローを再検証する
- ゼロエミッションなどのインフォメーション活動を社内外に推進する

社会貢献活動を推進し、2008年度末には参加率100%を目指す

- 障害者向けパソコン教室の開催を継続する（年3回）
- 地域清掃活動を実施する（年2回）
- 地域NPOの活動を支援する
- J-KIDS大賞選考ボランティアの参加を推進する
- 職員のボランティア活動参加を推進し、2007年度参加率75%を目指す

地球温暖化防止に向けた取り組みを行う

- 地球温暖化防止プロジェクトチームを設置する
- 地球温暖化に関する情報を提供し、職員の意識啓発を図る
- CO_2排出量削減にフォーカスした具体的活動の企画検討を行う
- CO_2排出量削減に向けた全員参加の取り組みを実施する
- 日照調整フィルムを全館の窓ガラスに貼付し、施設改善を図る

3. 地区本部ビル・支店ビル

“E-ことプロジェクト”に基づき、ビルごとに目標を設定し、環境・社会貢献活動を展開していきます。また、2005年度から「アクションプラン60」を導入し、60項目の省資源・省エネルギーの施策の実施状況を点数化して進捗管理しています。

目標設定項目　● 省資源・省エネ目標（電力、ガス、水道、コピー用紙）　● リサイクル率・廃棄物削減目標　● 社会貢献活動目標

URL CSR（企業の社会的責任）への取り組み
http://www.sompo-japan.co.jp/about/environment/

＊本社ビル、事務本部ビル、地区本部ビルの2006年度のパフォーマンスデータについては、損保ジャパンホームページ「CSR（企業の社会的責任）への取り組み」で公開しています。

茨城支店

紙類の徹底管理とリサイクル

茨城支店ビルでは、廃棄紙類を2種類に分別し、一定期間施錠箇所に保管後、専門業者を通じ、溶解・リサイクルしています。このシステムにより、情報管理が徹底されるとともに直ちに処分すべき一部の紙類以外は、紙ごみが出ません。この取り組みは、徐々に茨城県内のほかのビルにも広がってきています。

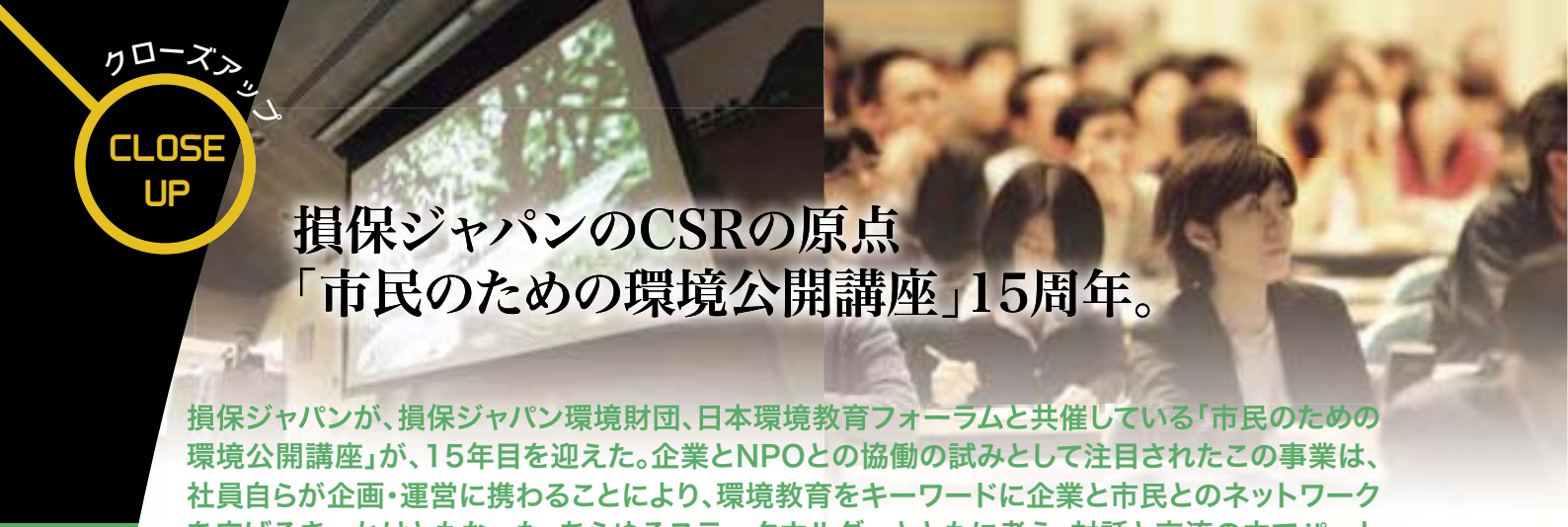
紙類を種類別に分類している様子

事務本部

地球温暖化防止プロジェクト

事務本部ビルでは、2007年度から新たに「地球温暖化防止プロジェクト」を立ちあげ、省資源・省エネの啓蒙活動や、ニュースの発行などによる情報提供を行うとともに、CO_2削減に向け具体的取り組みを企画・実施していきます。

クローズアップ
CLOSE UP



損保ジャパンのCSRの原点「市民のための環境公開講座」15周年。

損保ジャパンが、損保ジャパン環境財団、日本環境教育フォーラムと共催している「市民のための環境公開講座」が、15年目を迎えた。企業とNPOとの協働の試みとして注目されたこの事業は、社員自らが企画・運営に携わることにより、環境教育をキーワードに企業と市民とのネットワークを広げるきっかけともなった。あらゆるステークホルダーとともに考え、対話と交流の中でパートナーシップを深め、行動へつなげていく、という損保ジャパンのCSRの原点ともいえる「市民のための環境公開講座」の軌跡と今後の課題を探る。

延べ1万人以上が参加

環境問題について市民が総合的に学べる場を提供しようと、(社)日本環境教育フォーラムと共催で1993年にスタートした「市民のための環境公開講座」(以下「市民講座」)。年間15〜20回開催され、これまでに企業人、行政関係者、NPO関係者、教育関係者、主婦、学生など1万人以上が参加している。

そもそものきっかけは1992年にさかのぼる。当時、日本環境教育フォーラムを立ち上げたばかりだった岡島成行氏は振り返る。

「経団連が環境問題に正面から取り組むことになり、各企業の皆さんの前で話す機会があったとき、企業とNPOとが一緒になって仕事をしようじゃないですか、たとえば私は市民向けの環境教育をやりたいと思っているがいかがですか、と呼びかけたんです。」

そこですぐに手をあげたのが損保ジャパン(当時は安田火災)だった。損保ジャパンの素早い反応には理由があった。当時社長だった後藤康男が「環境あっての経済。企業活動において環境を配慮するのは当たり前」と公言するほど、環境問題に積極的だったからだ。トップの決断で地球環境室がつくられたが、社員ひとりひとりがボトムアップで積み上げていかなければ、環境活動やCSR活動は本当の力を持たないし、長続きしないと社内の意見は一致していた。その思いが後に策定された「損保ジャパン環境方針」に反映されている。

「そのころ社内で、保険会社として環境問題に対して何ができるか話し合っていたんです。メーカーではないから、人づくりがポイントになる。そのためには、環境教育が非常に大事だ。では具体的にどうやるかの議論をしている最中でした。そんなとき岡島さんの話を聞いて、アッこれだ、と思いました。」と当時、地球環境室課長であった福井光彦(現・常務執行役員)はなつかしそうに言う。

「人の輪」が損保ジャパンの財産になった

市民講座のスタートにあたり、損保ジャパンが基本方針としたのは、1回限りで終わらせない地道かつ継続的な取り組みを行うこと、そして、社員自身が積極的に参加することだった。NPOのメンバーとともに、計画づくりから講師の選定、会場の整理やレジュメづくりまでを担当した。まさに手づくりの市民講座だった。

当時はまだ環境問題をテーマにした総合的な講座はほとんどなかった。第1回目から超満員の盛況となり、受講者も、3分の1が企業人、3分の1がNPOメンバー、残りが主婦や学生という幅広い構成となった。分野の違う人たちが一緒に勉強し合うことで、新しい交流が生まれ、企業とNPOの垣根を超えたネットワークが広がっていった。

「ビジネスでは人脈づくりが重要視されますが、市民講座で培ったのは人脈というより人の輪づくりでしたね。」と福井。そうした人の輪が、損保ジャパンの養分になり、財産になっていった。

日本環境教育フォーラムにとっても、損保ジャパンとの連携は大きなアドバンテージとなった。

「まださほど実績がなかった私たちにとって、ブランド力が向上しました。企業とNPOのコラボレーションのモデルケースとなったという意味では、日本社会にもたらした影響も大きいといえます。」(岡島氏)

講座のテーマも時代に合ったものが選ばれ、毎回のテーマをたどれば環境問題の流れがわかるほどだ。座学スタイルのものだけでなく、1995年からは間伐体験を行うなど野外体験プログラムも展開している。

社団法人日本環境教育フォーラム理事長
岡島 成行(おかじま しげゆき)
1969年読売新聞社入社、80年から環境問題専門記者となり、環境問題の重要性を市民に呼びかける。99年同社を退社し、現在、環境ジャーナリスト、大妻女子大学教授、社団法人日本環境教育フォーラム理事長、NPO法人自然体験活動推進協議会代表理事など。著書に「アメリカの環境保護運動」(岩波新書)など。

常務執行役員　関西第二本部長
福井 光彦
1992年～1997年まで、
地球環境室課長、2007年4月1日より現職

財団法人
損保ジャパン環境財団
専務理事
北 健治

「学び・教わる」から「行動」へ

いまや、行政や大学、企業などが実施する環境講座は飛躍的に増えた。市民の環境リテラシーも高まっているが、15年を迎えた環境公開講座の役割はどこにあるのだろうか。

損保ジャパン環境財団専務理事の北健治は「環境公開講座も第二世代。当初の『学ぶ・教わる』というスタンスから、持続可能な社会をつくっていくため、日常レベルでひとりひとりがいかに行動していくか、そのきっかけとなる『アクション』の役割を担っていく必要がある」と考えている。

2006年度には佐賀と高知で、2007年度には札幌で開講(p65参照)したが、今後は、地方発で市民の自発的な学び・行動をうながす展開を図っていくことも重要だろう。

「これまでの蓄積をベースに、地域の大学や企業、NPOと連携して、環境活動を実践する人の裾野を広げるオーガナイザーの役割を果たすことが重要」と訴えるのは岡島氏だ。

地域には、豊かな自然などのフィールドもある。損保ジャパンの地区本部が主体となって、子どもたちも含めて、自然と親しみ、環境問題をリアルに実感しながら、持続可能な社会をつくっていく人を育てること。そのためには、環境問題を自分のものとして考える社員が、地域の課題をふまえながら、ともに持続可能な社会を構想していく核となる必要があるだろう。それぞれの地域でのネットワークを広げていくことも求められてくる。

今後とも損保ジャパンのCSR推進の原動力として、「市民のための環境公開講座」の果たすべき役割は大きい。

URL 市民のための環境公開講座
http://www.sjef.org/kouza/

2006年度講座概要

2006年度は以下の3パートに分けて講座を開催しました。受講者数は544名で、これまでの受講者数は延べ約1万1,800名となりました。15年目となる2007年度は、3パート・特別講座を含め計13回開講するほか、15周年記念シンポジウムを開催する予定です。

2006年

(講師肩書は当時)

パート1 暮らしから環境を考える　～ロハス的視点から～

回目	月日	テーマ	講師	
1	8月1日	どこまでが自分の「食環境」か	影山なお子氏	バルマローザ主宰 食コーチ 管理栄養士
2	8月8日	杉本恵子の食材5色バランス健康法	杉本　恵子氏	(株)ヘルシーピット 代表取締役
3	8月29日	ロハスから考えるライフスタイル	小黒　一三氏	月刊「ソトコト」 編集長
4	9月5日	食生活から考える	島村　菜津氏	ノンフィクション作家

パート2 環境問題最新事情

回目	月日	テーマ	講師	
1	10月3日	異常気象とリスクマネジメント	瀬尾　隆史氏	(株)損保ジャパン・リスクマネジメント 代表取締役社長
2	10月10日	牡蠣から見える世界	畠山　重篤氏	牡蠣の森を慕う会 代表
3	10月31日	日本発「国連持続可能な開発のための教育の10年」とは何か	阿部　治氏	立教大学　教授 国連持続可能な開発のための教育の10年推進会議　代表理事
4	11月14日	中国の環境問題最新事情	原　剛氏	早稲田大学大学院 教授

2007年

パート3 環境問題の根源を学ぶ

回目	月日	テーマ	講師	
1	1月23日	環境問題 ～科学史の一視点から～	村上陽一郎氏	国際基督教大学 大学院　教授
2	1月30日	日本の自然観と風景観	白幡洋三郎氏	国際日本文化研究センター　教授
3	2月20日	いのちを守る ふるさとの森 ー日本から世界へ	宮脇　昭氏	横浜国立大学 名誉教授 (財)国際生態学センター　研究所長
4	3月6日	水俣病50年から学ぶもの ～水俣学への模索～	原田　正純氏	熊本学園大学 教授

野外プログラム

2006年度の野外プログラムは宮城県気仙沼で牡蠣の養殖業を営む傍ら、「森は海の恋人」を合言葉に赤潮の発生した気仙沼湾を救うために、地元の山に広葉樹の植林を行う運動をしている畠山重篤さんを訪ね、気仙沼の豊かな海とそれを支える森の関係について考えました。

開催日	テーマ	講師	
2006年11月4日	牡蠣からみえる世界 ～なぜ漁師が森を大切にするのか～	畠山　重篤氏	牡蠣の森を慕う会 代表

環境問題に取り組む若い力の育成に力を注いでいます。

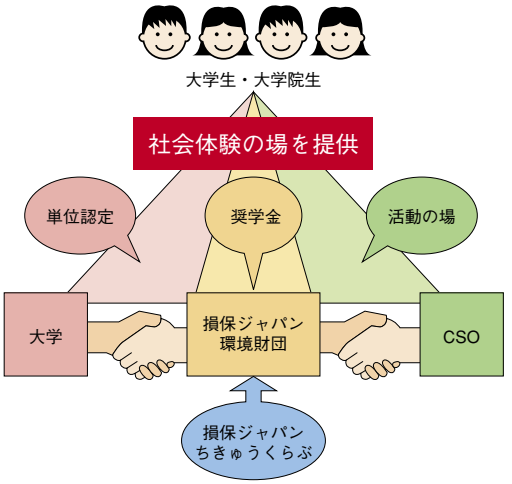
損保ジャパンCSOラーニング制度

●学生の視野を広げ、CSOにはマンパワー支援

損保ジャパン環境財団では、1999年の設立以来、環境問題に取り組む人材の育成に力を入れています。その柱となる「CSOラーニング制度」は、大学生・大学院生を環境分野のCSO（Civil Society Organizations：市民社会組織、NPO・NGOと同義）にインターン生として約8か月間派遣する制度です。次代を担う学生が、高い専門性のあるCSOで職員の方とともに働き、環境問題やCSOの役割と意義を深く考え、経験や視野を広げてもらうこと、また、学生を受け入れたCSOのマンパワー支援になることを目指しています。

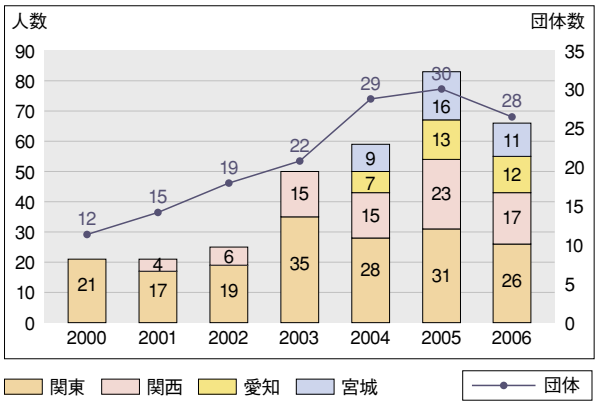
●OB・OGによるチューター制度を開始

当制度は、関東・関西・愛知・宮城で実施しており、2006年度は66名が28の環境CSOでインターンをしました。卒業生はすでに325名を数え、年に2回、同窓会を実施しています。本年度から各地区でOBやOGによるチューター制度（後輩の世話役）もスタート。環境をテーマに取り組んだ仲間たちのつながりを深め、ネットワークが広がっています。2007年度も全国4地区32団体で、69名のインターン生が活動中です。



インターン生には1時間あたり900円の奨学金を支給（インターン活動が大学で単位認定される場合は、奨学金は支給されません）。この奨学金は「ちきゅうくらぶ社会貢献ファンド」（p71参照）からの寄付金を活用しています。

▼派遣CSO数と学生数



■2006年度派遣先（4地区・28団体・66名）

（関東地区）

派遣先	学生数
アサザ基金	4
ECOPLUS	2
オイスカ	1
環境文明21	2
コンサベーション・インターナショナル	1
Japan for Sustainability	2
JUON NETWORK	2
樹木・環境ネットワーク協会	2
新宿環境活動ネット	3
WWFジャパン	1
日本環境教育フォーラム	2
日本自然保護協会	2
パブリックリソース・センター	2

（関西地区）

派遣先	学生数
愛のまちエコ倶楽部	1
大阪自然環境保全協会	2
大阪みどりのトラスト協会	1
環境市民	2
気候ネットワーク	3
地球環境と大気汚染を考える全国市民会議事務局	1
日本ウミガメ協議会	1
びわこ豊穣の郷	5
淀川水系の水質を調べる会	1

（愛知地区）

派遣先	学生数
オイスカ中部	5
地域の未来・志援センター	3
中部リサイクル運動市民の会	4

（宮城地区）

派遣先	学生数
仙台いぐね研究会	4
水環境ネット東北	4
みやぎ・環境くらし・ネットワーク	3

2006年度インターン生合宿

「ひょうたんぼ・損保ジャパン田」

関東では、インターン先のひとつである「アサザ基金」の協力を得て、同窓生を中心に茨城県石岡市の自然農法の田んぼ（その形から「ひょうたんぼ」と命名）を手伝っています。インターン生も草取り、稲刈りなどに参加し、合宿を実施しました。

「みん菜の畑」

関西では、琵琶湖の水質や、循環型社会を考える自主勉強会をたびたび実施してきましたが、2006年12月には「愛のまちエコ倶楽部」から菜の花畑を借りて、「みん菜の畑」と名づけ、植え付けを実施。地域内での資源循環リサイクルを体験を通して学んでいます。

私からもひとこと
文書法務部　沖井 和幸
使えるものは使う。不要なものは買わない。自分にできる環境によいことをコツコツと実行していきます！

助成実績

●環境保全にかかわる学術研究への助成

次の4件を選定、助成しました。（総額186万円）

（所属は当時）

申請者	所属大学院名	研究テーマ
大野智彦氏	京都大学大学院 地球環境学舎 地球環境学専攻 地球環境政策論分野	協働型環境ガバナンスを実現するための要因は何か？多様な主体の参加による河川整備計画策定過程の比較研究
海上智昭氏	名古屋大学大学院 教育発達科学研究科 心理発達科学専攻 心理社会行動科学講座博士後期課程（高井研究室）	環境リスク教育の新しいかたち ーリスクコミュニケーションの視点からー
篭橋一輝氏	京都大学大学院 地球環境学舎 地球環境学専攻 地球益経済論分野	持続可能な水質源管理の理論と実践
宮下聖史氏	立命館大学大学院 社会学研究科 応用社会学専攻（中川研究室）	中山間地域における地域振興策の特質と生成過程に関する環境社会学的研究

●「環境リスク管理と予防原則研究会」への助成

環境法と環境経済学の学際的研究を行う「環境法と環境経済学に関する研究会」では、「環境リスク管理と予防原則」をテーマに植田和弘京都大学大学院経済学研究科教授と大塚直早稲田大学法学部教授のもと、4回の研究会を開催しました。同研究会に対し、総額214万円の助成を行いました。

●環境CSOへの助成

環境保全のための活動を推進するCSOに対し、16件総額210万円の助成を行いました。

●環境シンポジウム・研究会への助成

CSOによる環境問題の普及・研究活動に対し、7件総額389万円の助成を行いました。

●CSOの人材育成事業への助成

CSOによる人材育成事業に対し、3件総額70万円の助成を行いました。

高知県の森林再生へ一役「協働の森づくり事業」

2007年1月24日、高知県、馬路村、損保ジャパンの三者で、森林整備のためのパートナーズ協定を締結しました。高知県が企業とのコラボレーションによって推進する森林再生の一環で、馬路村にある約43haの森林を「損保ジャパン・いきいき共生の森」とし、2007年1月24日から2010年3月末まで、損保ジャパン高知支店の社員たちが地域の方々と交流しながら、森林整備体験などを行い、環境意識の向上を図ろうというものです。森林が整備された場合の温室効果ガスの吸収量は、CO_2換算で330トンとなり、高知支店ビルで使用する電力による二酸化炭素排出量を完全にオフセット（相殺）することになります。

「市民のための環境公開講座」出張講座

2006年度から、「市民のための環境公開講座」を東京以外の地域に広げ、地域の方々とともにシンポジウム形式で、環境の側面から見た地域の活性化について掘り下げてきました。今後も東京以外での開催を、積極的に企画していきます。

▼開催実績

（講師肩書は当時）

佐賀

日　時　2006年5月28日
会　場　佐賀市「どんどんどんの森」内アバンセ
テーマ　佐賀コールセンターオープン記念
山と海と温暖化と私たちの生活
～美しい山と海を守るために、私たちができること～

基調講演
北野　　大氏 …… 明治大学教授、淑徳大学客員教授
パネリスト
染谷　　孝氏 …… 佐賀大学助教授
武富　勝彦氏 …… 九州有機農業生産者グループ「葦農会」代表
畠山　重篤氏 …… 牡蠣の森を慕う会　代表
藤井　絢子氏 …… 滋賀県環境生活協同組合理事長
コーディネーター
岡島　成行氏 …… （社）日本環境教育フォーラム理事長

高知

日　時　2007年2月17日
会　場　高知市こうち男女共同参画センター・ソーレ
テーマ　高知県・馬路村・損保ジャパン「協働の森づくり」記念
森と地域のつながり
～21世紀の幸せを考える～

基調講演
清水　國明氏 …… タレント、自然暮らしの会代表
パネリスト
橋本大二郎氏 …… 高知県知事
上治　堂司氏 …… 馬路村村長
上岡　克己氏 …… 高知大学人文学部教授
あん・まくどなるど氏… 宮城大学助教授、作家
コーディネーター
岡島　成行氏 …… （社）日本環境教育フォーラム理事長

札幌

日　時　2007年5月19日
会　場　札幌コンベンションセンター
テーマ　札幌コールセンターオープン記念
北の大地での自然との共生

基調講演
月尾　嘉男氏 …… 東京大学名誉教授
パネリスト
中村　太士氏 …… 北海道大学大学院教授
竹田津　実氏 …… 獣医、写真家、エッセイスト
住田　和子氏 …… 北海道教育大学札幌校教授
浅野　能昭氏 …… 環境省北海道地方環境事務所長
コーディネーター
瀬田　信哉氏 …… （社）日本環境教育フォーラム理事

URL （財）損保ジャパン環境財団
http://www.sjef.org/

私からもひとこと
広島支店福山支社　檀上 知子
買い物バッグを持参します。会社のトイレなど常時使用しない場所はこまめに電気を消します。

エコカー割引から、土壌汚染対策、太陽光発電の導入促進につな多様な環境関連商品・サービスの開発に取り組んでいます。

自動車関連

●リサイクル部品の活用

使用済み自動車から取り外した再使用可能な中古部品などのリサイクル部品の利用促進を図るため、自動車修理時に、事故対応を行うサービスセンター（SC）や代理店、整備工場などでリサイクル部品の活用を推進しています。今後も、一層の活用推進に向け、自動車解体・リサイクル事業者の見学などの研修を通じてSC社員の意識向上に努めていくほか、自動車リサイクル事業者の関連団体と連携し、リサイクル部品の在庫状況を検索できるシステムの利用を準備しています。

■利用実績（件）

2003年	2004年	2005年	2006年
74,172	73,684	73,556	55,596

●対物全損時修理差額費用担保特約

2002年12月～

自動車対物事故の際、相手方の自動車の修理費がその車の時価額を上回る場合には、超過分の修理費に対しては法律上の賠償責任が発生せず、対物賠償責任保険の支払い対象となりません。本特約は、この時価額超過分の車両修理費をカバーすることで、廃車処理にせず、自動車修理を促進する特約です。

■特約付帯台数（千台）

2003年	2004年	2005年	2006年
3,661	5,458	6,524	6,746

●エアeショップ21

2002年1月～

自動車整備業者の環境経営に向けた体制づくりを支援しています（p42参照）

●エコカー割引

1998年12月～

環境に配慮した自動車（エコカー）の普及支援を目的に、低公害車（ハイブリッド車、電気自動車、メタノール車、天然ガス車）や低燃費自動車、および低排出ガス自動車の自動車保険料に1.5%の割引を適用しています。

■適用台数（千台）

2003年	2004年	2005年	2006年
2,814	3,248	4,136	4,773

土壌汚染・環境汚染関連

●SS漏油保険

2003年11月～

当社指定業者による実地検査で「漏えいなし」と判定されたにもかかわらず、ガソリンなどの漏えいが発見された場合に、土壌汚染により事業者が負担する「第三者に対する法律上の賠償責任にかかる損害」および「SS（サービスステーション）施設自体の汚染浄化費用」について補償する保険です。突発的な事故によるガソリンなどの漏えいだけではなく、地下タンクの老朽化などにより徐々に発生した漏えいもカバーします。

●シロ保険

2003年1月～

当社指定業者による土壌汚染調査で「汚染なし」と判定されたにもかかわらず、後日想定外の土壌汚染が発見された場合に、その浄化費用を補償する保険です。

●コストキャップ保険

2001年8月～

当社指定業者による土壌汚染調査で「汚染あり」と判定され、実施した土壌浄化工事において、調査時には不明であった想定外の汚染が発見された場合に、当初予定していた浄化費用を超過した差額について補償する保険です。

●環境汚染賠償責任保険

1992年5月～

一般の賠償責任保険では対象とならない環境汚染に起因する賠償責任および汚染浄化費用について補償する保険です。

がる商品まで

その他

●ゴルファー保険～緑にやさしい補償付き～

1992年12月～

ホールインワン達成時などにお客さまにお支払いする保険金の一部を、ゴルファーとゴルフ場の協力で全国で緑化事業を進める（社）ゴルファーの緑化促進協力会に寄付できる特約付き保険です。

■寄付人数（人）

2003年	2004年	2005年	2006年
118	141	110	129

■寄付額（万円）

2003年	2004年	2005年	2006年
268	323	242	283

廃棄物関連

●産業廃棄物排出者責任保険

2002年12月～

●医療廃棄物排出者責任保険

2001年4月～

廃棄物処理業者へ委託した廃棄物が不法投棄されたことにより、排出者が都道府県から措置命令を受けた場合に、不法投棄された廃棄物にかかる「除去費用」、「土壌浄化費用」および「健康被害に対する賠償責任にかかる損害」について補償する保険です。

新エネルギー関連

●天候デリバティブ活用による太陽光発電導入の促進

2005年7月～

個人住宅への太陽光発電システム設置を手がけている企業と共同で開発した商品。太陽光発電システムを購入する消費者に対して、異常気象によって日照時間が少ない場合に補償金を支払います。日照時間不足による発電量減少リスクを軽減できることから、太陽光発電の導入促進につながると期待されています。

●風力発電事業者向け天候デリバティブ

2000年12月～

風力発電のリスクを軽減し、事業の安定的な発展を支える天候デリバティブ。風速が予測を下回った場合に事前に取り決めた金額を支払います。

火災保険関連

●火災保険の環境臨時費用保険金

2003年7月～

店舗や事務所等を対象とする火災保険『ビジネスオーナーズ』などの特約によってお支払いする保険金。火災などの事故により保険金をお支払いする場合、環境対応製品（リサイクル材料を使用した製品や省エネ型製品など）を購入する場合に追加で必要となる購入差額費用や、屋上緑化費用、土壌汚染調査費用を補償するものです。

金融商品・サービス関連

環境先進企業を金融面で応援

●エコファンド『ぶなの森』

1999年9月～

環境に配慮して事業活動を行う企業に投資する投資信託商品、エコファンド『ぶなの森』を1999年から販売し、2007年5月末現在の純資産残高は235億円に達しています（p28-29参照）。

環境経営支援

●環境ISOコンサルティング

1998年1月～

損保ジャパンがISO14001環境マネジメント規格を取得したノウハウを活かし、1998年1月から、(株)損保ジャパン・リスクマネジメントを通じて、環境ISO認証取得に向けたコンサルティングサービスを提供しています。累計で88社が認証取得し、金融機関からの受託シェアは50%となりました。

世界の企業とともに国際的イニシアティブに積極的に参画し、金融機関として、企業の気候変動対策を加速させるための活動に貢献しています。

地球環境問題に取り組む国際的イニシアティブへの参画

●カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト

世界の主要な機関投資家が連携して、企業に気候変動への認識と行動に関する情報開示を求めることで、企業の気候変動対策を促そうという国際的な取り組みが「カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト（CDP：Carbon Disclosure Project）」です。年に1回、世界各国の企業に、気候変動対策に関する情報開示を要請するアンケートを送付しています。第5回目となる2007年は、"世界の株式時価総額上位500社"をはじめとする約2,000の企業に対して情報開示を求めました。第5回のCDPに参加した金融機関290社の運用資産総額は41兆ドルに上ります。

損保ジャパンは気候変動問題への企業の取り組みを加速すべきとの認識のもと、2005年からCDPに参画し、2006年からは自社内で進める取り組みについてもCDPのウェブサイトで情報開示を行っています。また、2007年には"Carbon Disclosure Project Member"に加わり、他の16のメンバー機関投資家と協力しながら、活動の普及促進に貢献しています。

URL **カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト**
http://www.cdproject.net/

●WBCSD

「WBCSD（World Business Council for Sustainable Development：持続可能な発展のための世界経済人会議）」は、1995年に設立された世界の企業トップによる連合体組織です。2007年6月現在、37か国194社の企業トップが、環境と持続可能な発展に関して、産業界におけるリーダーシップを発揮し、活発な議論とともに、政策提言などの活動を行っています。

損保ジャパンは世界の金融機関と連携し、設立時から日本の金融機関唯一のメンバーとして活動に参画しています。また、2002年9月には、金融機関がビジネスを通して持続可能な社会づくりを推進することを謳った「WBCSD金融セクター声明」が発表され、当社も署名しました。

URL **WBCSD**
http://www.wbcsd.org/

●UNEP FI

「UNEP FI（United Nations Environment Programme Finance Initiative：国連環境計画・金融イニシアティブ）」は、2007年6月現在、世界37か国・169の金融機関から構成される国際的な金融機関のネットワークです。損保ジャパンは、1995年1月に、地球規模で増加する自然災害を懸念する世界の保険会社45社とともに、環境問題に積極的に取り組んでいく内容の声明に署名し、環境保護と経済的発展の両立を目指して、グローバルな環境保全活動に取り組んでいます。

URL **UNEP FI**
http://www.unepfi.org/

責任投資原則に署名

「責任投資原則（PRI：Principles for Responsible Investment）」は、金融機関が投資の意思決定の際に「環境（Environmental）」、「社会（Social）」、および「コーポレート・ガバナンス（Governance）」に関する課題、いわゆる「ESG課題」に配慮することを宣言したもので、投資家の自主的取り組みの推進を目的としています。2006年4月に国連環境計画・金融イニシアティブ（UNEP FI）によって策定され、損保ジャパンはその「資産運用においてもESG課題に配慮することにより、環境問題の改善、企業の社会的責任の遂行といったより広範な社会の目的が達成できる」という趣旨に賛同して、2006年5月1日に日本の保険会社として唯一署名しました。

●国連グローバル・コンパクト

「国連グローバル・コンパクト（GC：The Global Compact）」は、企業が人権・労働・環境・腐敗防止などの課題に自発的に取り組み、より良い企業市民へと成長していくことを促す国連と企業のパートナーシップ・イニシアティブです。アナン国連事務総長が提唱し、2000年7月に発足しました。

損保ジャパンは、2006年1月に参加し、以降グローバル・コンパクトの4分野・10原則への積極的な取り組みを進めています。また、2007年6月には、グローバル・コンパクト、WBCSD、UNEP三者により提唱された「気候に配慮するビジネスリーダー綱領」に支持を表明しました。

URL **グローバル・コンパクト**
http://www.unic.or.jp/globalcomp/

私からもひとこと
札幌自動車営業部第二課　大内 博樹
降雪量が非常に少なく、事故が少ないのは、身近でおこる温暖化現象かもしれません。

6 地域社会との協働

地域社会の一員として、
地域の課題にコミットし、行政やNPO、地域住民とともに
地域における協働を促進することは、
私たちのCSR重点課題のひとつです。
福祉・美術・環境の3財団を通じた社会貢献とあわせて、
ひとりひとりの社員が地域の活動に積極的に関わることによって、
社会に対する鋭敏で柔軟な感受性を培うことが
何よりも重要だと考えています。

1,730万3,712円 詳しくは P71
2006年度に活用された「ちきゅうくらぶ社会貢献ファンド」総額

10.9億円 詳しくは P74
損保ジャパン記念財団の社会福祉団体への助成総額
（2007年3月末現在）

約400万人 詳しくは P76
損保ジャパン東郷青児美術館の累計入館者数（2007年3月末現在）

2002年に社会貢献方針を策定し、2つの視点と3つの重点分野を打ち出しました。

NPOとのパートナーシップで

●社会貢献方針の策定

損保ジャパンでは、 2002年10月に策定した「社会貢献方針」で、〈2つの視点〉と、〈3つの重点分野〉を定め、損保ジャパングループとして積極的に社会貢献活動に取り組んでいくこと、また社員が自主的に社会貢献活動に参加し行動できるよう、意識の醸成と制度面での支援を行うことを明確に打ち出しました。

また活動の推進にあたっては、専門性をもって活動しているNPOとの連携を重視しています。

●企業として、そして社員ひとりひとりとして

企業として実践する社会貢献活動は、「福祉」「美術」「環境」の3つを重点分野とし、主に損保ジャパン記念財団、損保ジャパン美術財団、損保ジャパン環境財団の3つの財団を通じて、NPOとも連携しながら、さまざまな活動を展開しています。

社員ひとりひとりが行う社会貢献活動は、1993年に発足した社員のボランティア組織「ちきゅうくらぶ」を中心に展開しています。全社員がちきゅうくらぶのメンバーとなり、全国各地で地域のニーズに合ったボランティア活動を実施しています（p72参照）。

●継続的な社会貢献活動のためのガイドライン

実施プログラムの選定にあたっては、「社会への寄与」と「損保ジャパンの事業活動への寄与」という2つの側面から、8項目にわたって評価を行い、取り組みの優先順位を決定しています。さらに、継続的な社会貢献活動としていくために、経営指標と連動した支出ガイドラインを策定しています。

損保ジャパン社会貢献方針

損保ジャパンは、「良き企業市民」として社会とともに生きる企業をめざし、グループをあげて積極的に社会貢献活動を実践するとともに、グループ社員が個人として自主的に参加し行動する社会貢献活動を支援します。

〈2つの視点〉

1.企業として行う社会貢献

損保ジャパングループとして社会と幅広いステークホルダーに価値をもたらし、グループの企業価値向上にも資する、継続的な社会貢献活動を行います。

2.社員ひとりひとりが行う社会貢献の支援

社員が社会活動に自主的に参加し行動するよう、マインド醸成と制度づくりに努めるとともに、「損保ジャパンちきゅうくらぶ」を中心とした社員のボランティア活動を支援します。

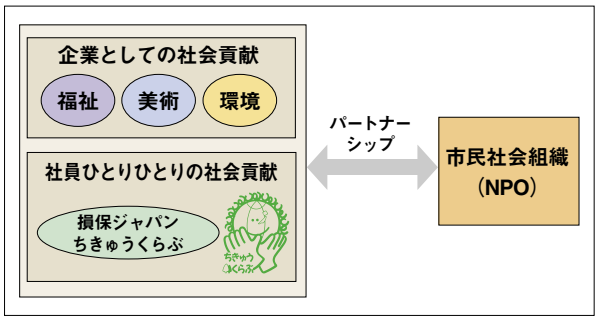
〈3つの重点分野〉

実績と成果を積み重ねてきた3分野を中心に取り組みます。

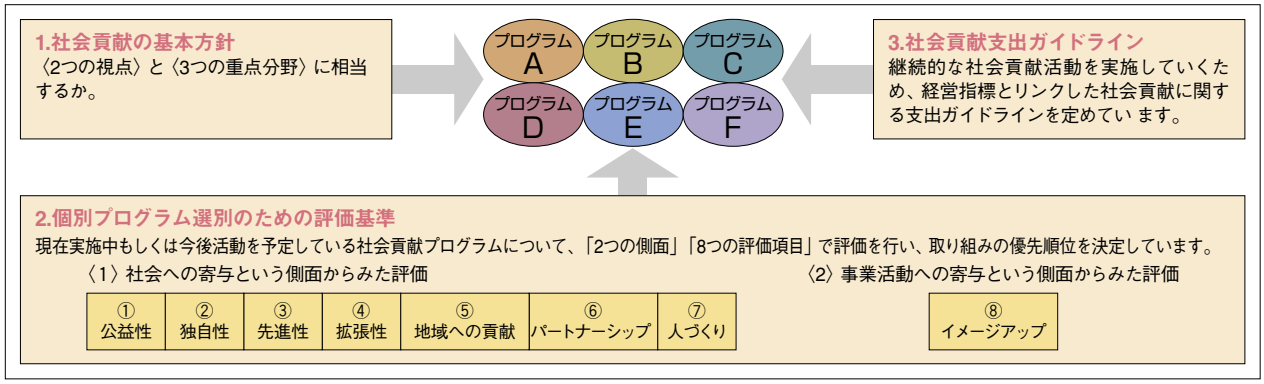
福祉　美術　環境

※「社員ひとりひとりが行う社会貢献」は分野を限定しません。

（2002年10月22日制定）



▼プログラム選定のガイドライン



私からもひとこと

名古屋支店名古屋東支社　早川 英明

転勤の先々で地元の言葉で何気なく話しているとき。「あ〜、私もこの地域の一員になったのかなぁ」と感じます。でも、そう感じるとそろそろ次の転勤です。

ボランティア休暇・休職制度のほか、社員のボランティア組織「ちきゅうくらぶ」が中心になって、活動が行われています。

ボランティア活動を支援する各種制度

●ボランティア休暇・休職制度

1993年度から有給休暇とは別に、ボランティア休暇とボランティア休職の制度を設けています。

「ボランティア休暇」は月2日以内かつ年間20日以内の範囲で、随時取得できます。2006年度のボランティア休暇取得者は7名で、環境保全活動、障がい児のサマーキャンプなどのボランティアに参加しました。

「ボランティア休職」制度は、勤続4年以上の社員を対象に、6か月以上最長3年以内で認められ、年1回希望者を募って実施しています。残念ながら2006年度のボランティア休職取得者の実績はありません。

「ちきゅうくらぶ」の取り組み

●マインドの醸成ときっかけづくり

社員のボランティア活動を推進する組織が「ちきゅうくらぶ」です。全社員がメンバーとなり、全国各地で、地域のニーズや特性にあったさまざまなボランティア活動を展開しています。また、ボランティア情報や各地の好取り組み事例を全社情報ネットワーク（社内イントラネット）などを通じ、紹介することで、ボランティアを身近に感じ、参加にふみ出すきっかけづくりとしています。

●ちきゅうくらぶ社会貢献ファンド

1999年7月から「ちきゅうくらぶ」メンバーが、毎月の給与の中から一口100円以上の任意金額を寄付し、メンバーが行う社会貢献活動に役立てるファンドを運営しています。2006年度の参加者は5,557名、平均参加額は月240円で、2005年度からの繰り越し分ともあわせて約1,700万円が2006年度のファンドとして活用されました。

●「ちきゅうくらぶ」マッチング制度

社員がNPOなどに金銭による寄付を行う場合に、その50%相当額（5万円限度）を損保ジャパンがあわせて寄付する制度です。

	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年
件数	7	9	2	3	1
マッチング金額（円）	302,000	286,000	39,860	110,000	50,000

2006年度ちきゅうくらぶ社会貢献ファンドの支援実績

①各地区が自主的に企画したボランティア活動費用の支援
……**6件 約40万円**（車いすの清掃・整備や障がい者向けパソコン教室など社員参加型のボランティア活動費用を支援）
②メンバーのボランティア活動にともなって発生する費用の支援
……**17件、約20万円**（ボランティア活動に必要な物品購入費用、輸送費用、講師謝礼など）
③メンバーが希望するNPOなど団体への寄付……**32団体 420万円**
④財団を通じたNPO支援……**総額750万円**（損保ジャパン環境財団、損保ジャパン記念財団、損保ジャパン美術財団への寄付。「CSOラーニング制度」や福祉団体の基盤強化などに活用）

メンバーが希望するNPOへの寄付

NPO法人みどりの葉
大分支店　泉　達哉

「みどりの葉」は、地域の問題解決に有効なプランを持っているにもかかわらず、資金不足が原因で十分な活動ができないNPOを応援するために、民間からの資金循環をつくりだし、地域の活性化を図っていこうという、大分県の官民のパートナーシップ事業「がんばれ大分社会貢献ファンド」の運営に携わっています。損保ジャパン社員の寄付による応援で、NPO活動がより広く、より活発に展開され、県民ひとりひとりが参画する地域の活性化につながると感謝されました。

NPO法人NCN子育て支援相談室「りんごの部屋」
事務企画部　運用管理グループ　秋山　安司

子育て支援相談室「りんごの部屋」は、乳幼児の母子関係の支援をはじめ、どこにも相談することができずにいる親子まで、年齢・障がいの有無を問わず、気軽に相談や参加ができる場作りを目指して、ベテランの臨床心理士や保育士、教育相談員などのボランティアを中心に活動中のNPOです。

「社会貢献ファンド」の寄付で遊具や教材を

支援先NPOから

（社）シャンティ国際ボランティア会（SVA）
チャイルド・ブック・サポーター担当　佐藤 宣子さん

2007年10月19日、損保ジャパン本社ビルにて「損保ジャパンちきゅうくらぶ」との共催イベント「ちいさな絵本の大きなチカラ」を行いました。アフガニスタン事務所からジャミラ・カジミ氏が来日し、女性として母として、復興に向かうアフガニスタンの現状、教育の重要性と図書館活動の意義、継続的支援の必要性を、80人あまりの参加者に熱く訴えました。ジャミラ氏の絵本の読み聞かせ実演をきき、アフガニスタンのお茶やお菓子を味わい、互いに貴重な文化交流の機会となりました。会場には、「絵本を贈る運動」にご参加くださったボランティアの方も多く、絵本が届いた先の様子を知ることで、その国をより身近に感じてくださったことと思います。

私からもひとこと
文書法務部　瀬戸 豪
ふるさとの川の環境を保全する活動に参加したい！フナやナマズなどの魚や、ほかの生き物がいっぱいいたころに戻したい！

2006年度も「ちきゅうくらぶ」が中心になって、全国で多彩な活動を展開しました。

北は北海道から南は沖縄まで

地域の自然を守る活動や清掃活動、障がい者のためのパソコン教室、車いすの寄贈、使用済切手やプリペイドカードなどの収集・寄付など、休日を利用しての地域活動や毎日のちょっとした心がけで参加できる活動まで、ひとりひとりができることから、始めています。

打ち水大作戦（広島）

「クリーンビーチinはくさん」徳光海岸清掃（石川）

紙芝居「東北版 稲むらの火」の上演（宮城）

函館山山麓登山道清掃活動（北海道）

毎月1日、始業前の地域清掃デー（佐賀）

パペットフェスティバル・チャリティバザー開催（愛知）

霞ヶ浦にアサザを植え付ける会（茨城）

小田原城清掃（神奈川）

第5回パペットまつり開催（静岡）

松山ビル前に花を植える活動（愛媛）

第7回大阪ぶなの森守ろう運動（大阪）

左上／障がい者のためのパソコン教室実施　右上／「ちきゅうくらぶ手話コーラス隊」、地域のイベントに出演
左下／「パソコンとインターネット祭り」でボランティア　右下／お台場清掃活動　（いずれも東京）

本社ビル	本社	新宿区内の心身障がい学級児童による「連合作品展」と社員ボランティアとの「社員食堂体験」
	本社	就労センター街・スワンベーカリーによる焼きたてパンの販売
	本社	国際NGOによるフェアトレードと共同作業所によるグッズ販売
	本社	「小さな絵本の大きなチカラ」アフガニスタンのジャミラさん講演&絵本読み聞かせ実演
	本社	「ちきゅうくらぶ手話コーラス隊」、地域のイベントに出演 A
	本社	手話講習会実施
	本社	聴覚障がい者の方との美術館見学
	本社	新宿打ち水大作戦
	本社	養護施設でのチャリティ・クリスマス
	本社	新宿駅周辺の清掃活動
	本社	「新宿・年末クリーン大作戦」に参加
	本社	ブックオフ実施
	本社	自動車カタログ展示会にあわせてバザー実施
	本社	カレンダー・手帳の収集・寄付
	本社	使用済切手、プリペイドカードなどの収集・寄付
事務本部ビル	事務本部	障がい者のためのパソコン教室実施 B
	事務本部	小金井公園清掃活動
	事務本部	国際NPOによるフェアトレード商品販売
	事務本部	ブックオフ実施
	事務本部	使用済プリペイドカードの収集・寄付
	事務本部	献血運動
立川ビル	立川	献血運動
	立川	「パソコンとインターネット祭り」でボランティア C
	立川	立川ファーレ地区アート清掃への参加
東京本部	東京本部	お台場清掃活動 D
	西東京	高尾山でクリーンハイク
	西東京・青梅支社	青梅マラソンでボランティア
	東東京	募金を募り、車いす・歩行補助器贈呈
	東京本部	毛布13枚を海外の難民に寄贈
	東東京	カレンダー・タオルの収集・寄付
	北東京・東東京東京中央	使用済切手・プリペイドカードの収集・寄付
	ひまわり生命	「歳末たすけあい新作カレンダーバザー展」への寄贈
	ひまわり生命	「あしながPウォーク10」へ参加
	ひまわり生命	スペシャルオリンピックス・トーチランでボランティア
神奈川本部	神奈川支店	小田原城清掃 E
	横浜	人形劇「稲むらの火」への協力
	横浜	古着・古布の回収
	横浜	プルタブの回収
	横浜	使用済切手、プリペイドカードの収集・寄付
埼玉本部	埼玉・上尾支社	上尾シティマラソンでボランティア（体脂肪測定）
	埼玉	プルトップの回収
	埼玉	使用済切手・テレカの収集
	埼玉	エコライフDAYへの参加
	埼玉	献血運動
千葉本部	千葉	古着・古布の回収
	千葉	使用済切手の収集・寄付
	千葉・東葛支社	アサザの育成（アサザ基金の活動へ参加）
北海道本部	南北海道	函館山山麓登山道清掃活動 F
	南北海道	函館海岸清掃
	南北海道	梁川町および五稜郭町の清掃ボランティア
	北海道本部	北1条オフィス町内会クリーン大作戦に参加
	南北海道	養護施設に教材と全自動洗濯機3台贈呈
	北海道本部	北海道新聞「社会福祉振興基金」へ寄付
	北海道本部	佐呂間町竜巻災害に義捐金
	北海道	北海道新聞社会福祉振興基金に寄付
	札幌	札幌市災害遺児へ寄付
	北海道本部	献血運動
	東北海道	児童養護施設に古本829冊寄付
	北海道SC部	骨髄提供　ドナー登録
	北海道本部	プルトップの回収
	北海道本部	使用済切手、プリペイドカード、カレンダーの収集・寄付
東北本部	仙台	第8回「ぽうし会」松島海岸清掃
	東北本部	紙芝居「東北版　稲むらの火」の上演 G
	仙台	車いす清掃・整備と紙芝居ボランティア実施
	青森	ぶなの植樹祭
	青森・弘前	第31回弘前城　「雪燈籠まつり」に参加
	東北本部	「小さな親切運動」仙台クリーンキャンペーン
	東北本部	宮城野通り清掃活動に参加
	東北本部	養護老人ホーム慰問・車いす寄付と演芸ボランティア
	仙台	チャリティー駅伝大会参加
	秋田	老人ホームに車いすを寄贈
	山形	赤い羽根共同募金
	岩手	歳末助け合い募金協力
	仙台・福島・山形	献血運動
	山形	使用済切手・プリペイドカードの収集・寄付
関東本部	茨城	大洗町磯浜海岸の清掃
	茨城	霞ヶ浦にアサザを植え付ける会 H
	山梨	車いすの修理・点検ボランティアと施設でのレクリエーション
	茨城	「100万人のキャンドルナイト」に参加
	群馬・山梨	献血運動
	群馬	上毛新聞社・愛の募金
	群馬	使用済切手の収集・寄付
静岡本部	静岡	第5回パペットまつり開催 I
	浜松	「ウェルカメクリーン作戦」中田島海岸清掃
	静岡本部	ビーチクリーンアップ活動参加
	静岡本部	「しずおか福祉バザール」に物品を寄付
	静岡本部	手話勉強サークル開催
	静岡本部	人形劇「稲むらの火」上演
	静岡・東静岡	献血運動
	静岡本部	カレンダー・手帳を寄付
	静岡本部	使用済切手、プリペイドカードの収集・寄付
中部本部	中部本部	パペットフェスティバル・チャリティバザー開催 J
	名古屋	人形劇祭りの際に車いす清掃・整備活動
	愛知東	朝倉川530大会
	愛知東	朝倉川植樹メンテナンス大会参加
	中部本部	「環境デーなごや2006」に参加
	中部本部	中日新聞社会事業団へ寄付
	岐阜	チャリティーゴルフコンペの寄付
	三重	「いのちの電話」広報活動に協力
	愛知東	豊橋市制100周年記念事業「市民がつくる感動のオペラ」に協力
	大曽根総合	献血運動
	名古屋	アルミ缶タブの回収
	中部・岐阜・三重	使用済切手、書き損じハガキを寄付
北陸本部	富山	「立山登山マラニック」にボランティア参加
	金沢	「クリーンビーチinはくさん」徳光海岸清掃 K
	金沢	技術を生かして車いす整備ボランティア
	富山	スリランカ津波・避難漁民へチャリティ募金
	金沢・福井	献血運動
	北陸・信越	使用済切手の収集・寄付
信越本部	新潟	ブックオフ実施
	新潟	献血運動
	新潟・長野	使用済切手の収集・寄付
関西第一本部	関西第一本部	第7回大阪ぶなの森守ろう運動 L
	関西第一本部	須磨ビーチクリーンアップ参加
	関西第一本部	御堂筋打ち水
	関西第一本部	ビルのショーウィンドに「ぶなの森」大型写真を展示
	関西第一本部	“環境フェスティバル21”にブース出展
	神戸	くすのき基金に寄付
	兵庫	神戸新聞社主催歳末助け合い募金
	北大阪	チャリティーバザー及び募金
	北大阪	古本1626冊寄贈
	南大阪	古本、CDを換金しNPOへ寄付
	大阪・南大阪	献血運動
	関西第一本部	使用済切手、プリペイドカードの収集・寄付
関西第二本部	滋賀	琵琶湖をきれいに
	京都	鴨川クリーンキャンペーン
	奈良	清掃活動「クリーンアップならキャンペーン」参加
	大津	省エネ・レース参加
	京都・和歌山	献血運動
	関西第二本部	使用済切手、テレカ、プルタブの回収
中国本部	中国本部	平和記念公園一斉清掃
	中国本部	打ち水大作戦 M
	広島	手話講習会実施
	中国本部	障がい者支援バザー実施
	鳥取	鳥取砂丘一斉清掃
	島根	国道191号線沿い清掃活動
	山口	下関駅周辺の清掃活動
	岡山	西川緑公園の清掃活動
	広島	子どもの見守り活動用ジャンパーを寄贈
	岡山	車いすを寄贈
	中国本部	広島市社会貢献活動研究会、広島市地球温暖化協議会への参画
	広島・呉支社	24時間テレビ「愛は地球を救う」チャリティー募金へ参加
	広島	広島市主催「温暖化ストップ！フェア」に参加
	広島・岡山	献血運動
	中国本部	使用済切手、プリペイドカード、書き損じハガキの収集・寄付
四国本部	高知	「秋のまちを美しくする運動」に参加
	高松	「日本列島クリーン大作戦」に参加
	愛媛	松山ビル前に花を植える活動 N
	四国本部	損保じゃ・パンの販売に協力
	高松	NPO法人バザーへの物品提供
	高松	社会貢献セミナー実施
	高松	「救急救命措置研修」で応急処置を学習
	四国本部	みどりの羽根募金
	愛媛	歳末助け合いに寄付
	愛媛・高知	献血運動
	高松・徳島・高知	アルミ缶・プルタブ回収運動で車いすを寄付
	四国本部	使用済切手・テレカ等の収集・寄付
九州本部	九州本部	「夕顔運動」の種袋詰め作業ボランティア
	長崎・熊本	車いす清掃・点検・補修
	九州本部	チャリティーバザー実施（収益金を知的障害者福祉施設へ寄付）
	大分	別大マラソンにてボランティア
	福岡	「ラブアース・クリーンアップ」西公園清掃活動
	九州中央	公園の清掃活動
	北九州	日本列島クリーン作戦小倉駅周辺の清掃
	佐賀	毎月1日、始業前の地域清掃デー O
	長崎	市民大掃除へ参加
	大分	事務所周辺のごみ拾い
	宮崎	養護老人ホームの清掃活動
	宮崎	城山遊歩道の清掃活動
	北九州	車いす購入資金として寄付
	鹿児島	鹿児島県集中豪雨への義捐金
	福岡中央	歳末募金
	福岡・九州中央・宮崎	献血運動
	鹿児島	プルタブアルミ缶収集
	福岡・大分・鹿児島	書き損じハガキの寄付
	福岡・北九州・長崎・熊本・鹿児島・沖縄	使用済切手、プリペイドカードの収集・寄付

クローズアップ
CLOSE UP

30周年を迎えた 財団法人損保ジャパン記念財団。

～NPO法人の育成を通じて、福祉社会の基礎を築く～

1977年10月に創設された損保ジャパン記念財団は、2007年に30周年を迎える。その歩みは、社会の課題解決を市民が担う時代の到来と重なり合う。

阪神・淡路大震災がターニングポイント

1977年に設立された（財）損保ジャパン記念財団は、当初、損害保険分野の研究と、本社で実施していた交通遺児への奨学金助成、および障がい者福祉を担う団体助成を大きな柱としてスタートした。そのありかたが大きくシフトしたのが、1995年の阪神・淡路大震災だった。専務理事の高宮洋一は言う。

「多くの市民団体やボランティアが被災した神戸に駆けつけました。私たちもこの年の助成を震災対応に切り換えたのですが、よりよい社会をつくるためにNPOが重要な役割を担う時代になったと痛感しました。そこで、1999年に従来のプログラムを全面的に見直し、福祉系団体のNPO法人化の助成を始めたのです。」

社会福祉系の市民団体が、法人格をとることで、信頼性が高まり持続的な活動ができれば、地域福祉のレベルは確実に上がる。前年に特定非営利活動促進法が成立していたが、NPO法人の設立・運営については多くの団体が手探りだった。そこでNPO法人設立や運営ノウハウも提供しようと「NPO法人設立の手引き」「NPO法人運営実務の手引き」「NPO法人活動資金確保の手引き」の三部作の資料をつくった。これまでに、累計1万6,000部以上を無償配布している。

財団法人
損保ジャパン記念財団
専務理事　高宮 洋一

「設立助成したNPOは約700団体にのぼります。今でこそNPOの果たす役割の大きさは多くの人が認めるところですが、当時その設立を支援する財団はほとんどなかった。時代の動向をとらえる先見性と実行力は、損保ジャパンのDNAでもありますね。」（高宮）

NPO基盤強化資金助成もスタート

事務局長
富沢 泰夫

2005年度からは、「NPO法人基盤強化資金助成」も開始した。法人化したとはいえ規模的にはまだ小さく、伸び悩んでいる団体も多い。更に地域に根づいた事業を展開していくためにも、組織力の強化が必要だと考えたのだ。

財団事務局長の富沢泰夫は「事業開発力や広報力の強化、会計ノウハウなど、多くの団体が共通の悩みを抱えています。将来的には、資金をどう活かし、基盤強化に結びつけるかというノウハウも提供していきたい。」と語る。

福祉社会の裾野を広げる活動を

NPO基盤強化と並んで、記念財団の大きな特色となっているのが、社会福祉に関するすぐれた学術文献を表彰する「損保ジャパン記念財団賞」だ。1999年に創設され、日本の社会福祉研究分野の登竜門と位置づけられている。

このほか社会福祉、社会保険、損害保険に関する研究会の開催や研究助成、出版なども実施。社会福祉や保険の分野で何が求められているのか、今後どんな方向に進むべきかなど、来るべき社会を展望した研究を支援してきた。

今後も損保ジャパンのCSRとベクトルをあわせ、地区本部との連携を深めながら、先見性をもって福祉社会の裾野を広げていく活動を展開していく。

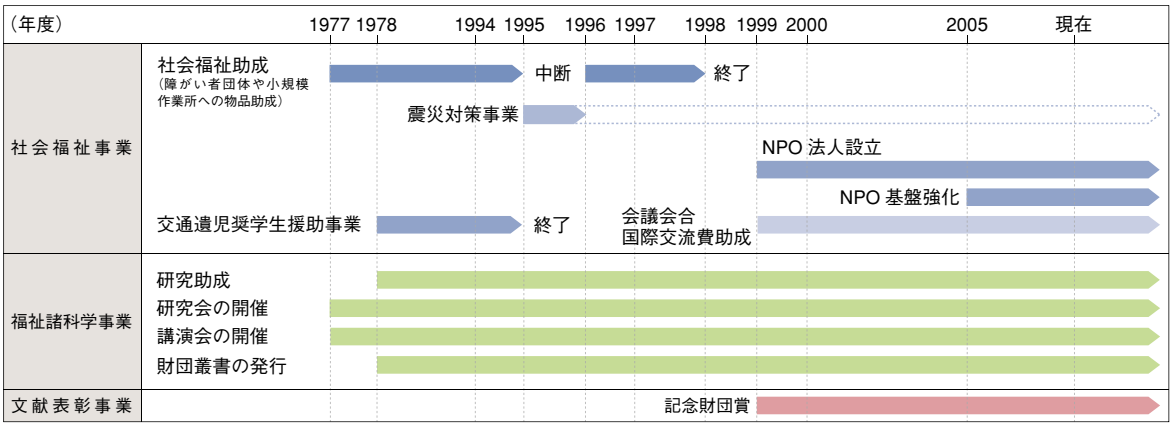
助成先団体から

地域に根を下ろして社会の役に立ちたい。そんな思いを後押ししてくれた設立助成。

NPO法人
たすけあい大田
はせさんず　理事長
坂口 郁子氏

いまから10数年前、「老いを豊かに」をテーマに、学習会を発足させたのを手はじめに、歳をとっても安心して暮らせる地域社会をつくろうと、志を同じくする市民ががんばってきました。1999年にNPO法人を立ち上げましたが、そのとき損保ジャパン記念財団から助成金をいただき、私たちの熱い思いを後押ししていただきました。現在は、会員制のたすけあい事業のほかに、訪問介護や居宅介護などの介護保険事業、障害者支援事業、介護予防事業を展開しています。利用者本位の視点を貫くことで介護やたすけあいの現場に何が求められているかが浮き彫りになります。NPOの活動が更に広がり、成熟した市民が公益に参加することが住みやすい日本をつくります。多くのNPOは発足しても基盤が弱く、長続きしないことが多いので、今後とも助成を続けていただけたらうれしいですね。

損保ジャパン記念財団の事業のあゆみ



数字で見る損保ジャパン記念財団の30年

社会福祉分野の団体への助成　30年間で　累計1,700件　助成総額　10.9億円

NPO法人設立助成
690団体
総額2億700万円

NPO法人基盤強化資金助成
22団体
総額1,650万円

自動車購入費助成
80団体
7,970万円
障がい者の在宅福祉活動を担う団体に対して、1団体100万円の自動車購入費の助成

会合費助成
29団体
2,805万円
障がい者団体の組織強化を目的に、会合費などの活動助成

2006年度資金助成実績

事業名	応募数	助成数	助成金額
NPO法人設立資金	249	55	1,650万円
NPO法人基盤強化	68	11	1,000万円
自動車購入費	54	10	1,000万円
会合費	2	2	250万円

■2006年度の研究助成

開催中の研究会
●保険業法に関する研究会
主査：山下 友信 氏
（東京大学教授）
●ディジーズ・マネジメント政策課題研究会
主査：田中 滋 氏
（慶應義塾大学教授）

■叢書等の出版

No.72『ディジーズ・マネジメント政策課題研究会シンポジウム
これからの生活習慣病のあり方を探る―
米国のメディケア、メディケイドにおけるディジーズ・マネジメント・プログラム導入から学ぶ―』

■記念財団賞（肩書は当時）

2006年度（第8回）
＜著書部門＞
『被占領期社会福祉分析』
立教大学経済学部　教授　菅沼　隆氏
＜論文部門＞
「『委託関係』における当事者組織の自律性問題ー組織間関係論に依拠した理論枠組の構築」
日本女子大学大学院人間社会研究科　村田　文世氏

URL **（財）損保ジャパン記念財団**
http://sompo-japan.co.jp/foundation/

助成先団体から

地域の企業の知恵やノウハウを交流できるコーディネートの役割に期待します。

NPO法人
ケアタウン浅間温泉
代表理事
水澤 勇一氏

ケアタウン浅間温泉は、廃業した温泉旅館を再生した高齢者ケア施設「御殿の湯」と訪問介護の「東御殿の湯」を運営しております。2001年に医師、看護師、設計士、介護現場で働く人たちなどが集まって宅老所を開設するためのNPO法人を立ち上げました。そのとき損保ジャパン記念財団から助成金をいただいたことで、地域の人からの評価が高まり、その後の活動にたいへんプラスになりました。NPO法人を持続発展させるためには、後に続くスタッフに志を伝え、皆が理念を共有するとともに、事業をプロデュースできる人材の育成が重要です。そのための講座にも、記念財団の基盤強化資金助成を活用させていただきました。私たちは浅間温泉をコミュニティ・ケアのモデル地区にしようと思っています。そんなとき、資金だけでなく、地域の企業の知恵やノウハウを交流するコーディネーター的な役割も果たしていただければありがたいです。

美術館の運営を中心に、芸術・文化活動を支援しています。

損保ジャパン東郷青児美術館

損保ジャパン美術財団は1976年に設立され、「損保ジャパン東郷青児美術館」の運営を中心に、芸術文化向上や青少年の教育のための活動などに力を入れてきました。

本社ビル42階にある美術館は、故東郷青児画伯の作品200点と同画伯が収集した国内外の作品約450点を中核とし、ゴッホの「ひまわり」をはじめセザンヌ、ゴーギャンなど、印象派の作品を展示しています。

2006年度は「ウイーン美術アカデミー名品展」などの特別企画展を開催、15万5,000人の方にご来館いただきました。1976年の開館から2007年3月末までの累計来館者数は、約396万人となりました。

▼2006年度開催の展覧会

- 英国シャーリー・ウッドコレクション
  現代植物画の巨匠展
  2006年4月22日（土）～7月2日（日）
- JOY POP! ポップアート1960's→2000's
  リキテンスタイン、ウォーホルから最新の若手まで
  7月8日（土）～9月3日（日）
- ヨーロッパ絵画の400年 ウイーン美術アカデミー名品展
  ールネサンスから近代までークラナッハ、ルーベンス
  9月16日（土）～11月12日（日）

- 第28回損保ジャパン東郷青児美術館大賞受賞記念
  大津英敏展
  11月23日（木・祝）～12月26日（火）
- 「DOMANI・明日」展 2007
  1月11日（木）～2月18日(日)
- 第26回損保ジャパン美術財団選抜奨励展
  3月1日（木）～3月30日（金）

●小中学生向けプログラムを展開

「ゴッホの『ひまわり』を見て感激した」という小学生からの手紙をきっかけに、1998年からすべての展覧会で小中学生の入館を無料にしています。学芸員が作品の解説を行う「ひまわり見学会」（2006年度31回実施）や「親子のためのギャラリートーク」（2006年度6回実施）、ポップアート展では名画に、塗る・貼る・スタンプして自分の作品に変身させる「小中学生のためのワークショップ」（2006年度6日間実施）を無料開催しました。子ども向けの美術館ニュース「ひまわり通信」や、特別企画展を解説する「ジュニア版ブックレット」も発行しています。

小中学生のための
ワークショップ
2006年8月

ひまわり通信

ジュニア版ブックレット

URL （財）損保ジャパン東郷青児美術館
http://www.sompo-japan.co.jp/museum/

優秀な美術家の表彰「損保ジャパン東郷青児美術館大賞」

損保ジャパン美術財団では日本の芸術文化の振興を願い、1977年から毎年、作家1名に「損保ジャパン東郷青児美術館大賞」を授与しています。

また、大賞を受賞した作家の記念展として、受賞作品および受賞作家の作品・新作を展示する「大賞展」を開催しています。2006年11月には、第28回損保ジャパン東郷青児美術館大賞受賞記念「大津英敏展ー伝えたい気持ちー」を開催しました。

新進作家の育成支援「損保ジャパン美術財団奨励賞」

損保ジャパン美術財団では、1977年から明日を担う新進作家の支援・育成を目的として36の公募美術団体展において「損保ジャパン美術財団奨励賞」を毎年授与しています。これと並行して、その受賞作家の作品を一堂に展示する展覧会を開催しています。

2007年3月に開催した「第26回損保ジャパン美術財団選抜奨励展」は、36名の受賞作品（または新作）および、推薦委員により推薦された作家27名の作品を展示し、多彩な新進作家の作品を紹介しています。

本物の美術に触れる機会を ～美術展の協賛～

損保ジャパンは、多くの方に本物の美術に触れていただくために、2006年度は、「『19世紀芸術家たちの楽園』オルセー美術館展　パリ·印象派の殿堂から（東京都美術館）」に協賛しました。

私からもひとこと
中部ＳＣ第二部岐阜ＳＣ課　斎藤　卓
今年は岐阜公園のクリーン作戦に家族で参加しました。以前参加した「大阪ぶなの森守ろう運動」は、作業の大変さや環境の大切さを学び、強烈に印象に残っています。地域地域のイベントには微力ながらできるだけ参加していきたいです。

文化活動など

●NPOと人形劇場「ひまわりホール」を共同運営

損保ジャパン名古屋ビルの最上階には、全国でも珍しい人形劇専用劇場「ひまわりホール」があります。1989年名古屋ビルを竣工する際に、全国的に人形劇が活発な地に、人形劇をキーワードに地域文化を発信する場を提供したいという思いで開設しました。運営は地元の人形劇関係者を中心に設立されたNPO法人「愛知人形劇センター」と共同で行っています。年間の公演日数は111日、2006年度末までの延べ入場者数は18万4,509人にのぼり、人形劇の上演、各種ワークショップの開催、脚本の公募など多彩な活動を行っています。

●第四回全日本小学校ホームページ大賞

損保ジャパンが2003年の第一回から事務局として運営を行う、小学校ホームページを対象としたコンテスト「第四回全日本小学校ホームページ大賞」（J-KIDS大賞2006）が開催されました。全国1万7,000校以上の小学校ホームページから、損保ジャパングループの社員を含む1,173名のボランティアの選考によって、各都道府県などの代表校50校が選出され、さらに、J-KIDS大賞実行委員会による最終選考を経て、「J-KIDS大賞」をはじめ各賞が選ばれました。

第五回目となる2007年度も、約1万8,000校の小学校ホームページを対象とし、開催しています。

URL **J-KIDS大賞サイト**
http://www.j-kids.org/

●黄色いワッペン贈呈事業

毎年4月に、全国の小学校に入学する新１年生に交通事故傷害保険付きの「黄色いワッペン」を贈呈しています。1965年から継続し、2007年には累計5,306万枚になりました。

（みずほフィナンシャルグループ、明治安田生命保険相互会社、第一生命保険相互会社との共同実施）

CSR情報の提供

●ホームページ「CSR（企業の社会的責任）への取り組み」

損保ジャパンがホームページの中に「CSR（企業の社会的責任）への取り組み」のページを設け、CSRコミュニケーション、環境への取り組み、美術・文化事業、社会への貢献の各コーナーで損保ジャパンの多様なCSR活動の紹介を行っています。

また、損保ジャパンの環境・社会への取り組みを子どもたち楽しく紹介する「キッズタウン」、家庭ですぐに実行できるエコアイディアや環境家計簿を紹介する「ひまわりさんちのエコロジーライフ」、親子向け環境アニメ「地球号の冒険」など、多彩なコンテンツを掲載しています。

URL **CSR（企業の社会的責任）への取り組み**
http://www.sompo-japan.co.jp/about/environment/

●子ども向けリーフレット「いっしょに未来をつくろうよ!」

地球温暖化や、紙使用量の削減に向けた取り組み、人形劇を通じた防災教育、交通安全の「黄色いワッペン」贈呈活動などを、子どもにたちにわかりやすく紹介するリーフレットを制作・配布しています。

私からもひとこと

事務企画部　坪田 江津子

骨髄バンクに登録しています。きっかけは、担当していた代理店主が白血病になったことでしたが、何もできなくても、私がいることだけで、だれかの命が助かるのであれば、それってすごい！！と思っています。

CSRへの取り組み年表

CSR経営全般

- 1976 ▶美術財団設立
- 1977 ▶記念財団設立
- 1991 ▶ECO委員会設立
- 1992 ▶「地球環境室」設置（国内金融機関初）
- 1994 ▶「環境問題に対する安田火災の基本方針」策定
- 1998 ▶「目指す企業像」に「人と自然に優しい企業」追加
  ▶「安田火災地球環境憲章」制定
- 1999 ▶「地球環境室」から「地球環境部」に名称変更
  ▶環境財団設立
- 2002 ▶「地球環境部」から「環境・社会貢献部」に名称変更
  ▶「損保ジャパン環境方針」制定
  ▶「損保ジャパン社会貢献方針」制定
- 2003 ▶「環境・社会貢献部」から「CSR・環境推進室」に組織変更
- 2004 ▶全社運動「感動創造宣言」の開始
  ▶本社各部「環境マネジメント目標」にCSRの視点を導入
  ▶「CSRに関する役員提言」実施
- 2007 ▶損保ジャパン記念財団設立30周年

ガバナンス・コンプライアンス

- 1999 ▶取締役会直属の「コンプライアンス委員会」設置
  ▶「コンプライアンス規程」制定
  ▶「コンプライアンスマニュアル」作成
- 2000 ▶「法務部コンプライアンス室」設置
  ▶社内衛星放送「安田火災のコンプライアンス」開始
  ▶「勧誘方針」策定・掲示
- 2001 ▶役職員必携「安田火災のコンプライアンス」作成・配布
  ▶コンプライアンステスト開始
- 2002 ▶法務部から独立した「コンプライアンス部」を設置
  ▶「コンプライアンスホットライン」設置
  ▶全国に20の「業務管理室」を設置（2004年 3月まで）
  ▶「損保ジャパンのコンプライアンス必携」作成・役職員全員へ配布
  ▶社内衛星放送「進めよう!コンプライアンス」放送開始
- 2003 ▶「コンプライアンスマニュアル」（新版）作成・配布
- 2004 ▶役員向けコンプライアンステストの実施
- 2005 ▶「個人情報保護宣言」策定・開示
  ▶「コンプライアンスホットライン」の窓口を社外に追加設置
- 2006 ▶「コンプライアンスマニュアル」改訂・配布
  ▶「業務監査・コンプライアンス委員会」の設置
  ▶「指名・報酬委員会」設置
  ▶「コーポレート・ガバナンス方針」策定
  ▶「損保ジャパン再生プラン」（修正版:新中期経営計画）策定
  ▶「保険金等支払管理態勢の構築に係る方針」策定
  ▶「情報セキュリティ部」の設置
  ▶「コンプライアンス委員会」を改組し「コンプライアンス推進本部」を設置
  ▶コンプライアンス強化月間（11月）開始
  ▶社内衛星放送「がっちり納得♪コンプライアンス」放送開始
  ▶「コンプライアンスアンケート」の実施

人間尊重

- 2001 ▶「インターンシップ制度」本格導入
- 2002 ▶「さん付け」運動の開始
  ▶「ウィメンズコミッティ」を立ち上げ
  ▶「人間尊重推進本部」設置
  ▶「ドリームチケット」制度導入
  ▶「人間尊重推進ホットライン」開設
- 2003 ▶人事部に「女性いきいき推進グループ」設置
  ▶企業内専門教育プログラム「損保ジャパン・プロフェッショナル大学」開講
  ▶「そっせん休暇・すいはん検診」制度導入
  ▶「全国ウィメンズコミッティ」発足
  ▶「職場のメンタルヘルスケアマニュアル」作成
- 2004 ▶「女性いきいき推進マニュアル」作成
  ▶「キャリアチャレンジステージ」制度導入
  ▶育児休業の延長、短時間勤務制度の創設
  ▶再雇用制度の充実
  ▶育児休業後の「シフト勤務」制度導入
  ▶労働時間目標、退社ガイドライン時刻の制定
  ▶「自動消灯システム」を全国約30のビルに導入
  ▶「職場のメンタルヘルスケア研修ビデオ」作成
- 2005 ▶産休等取得社員の代替要員確保のためのOB・OGネットワーク化システム「損保ジャパン　コミュニティーネット」導入
  ▶女性総合職の計画的育成のためのポジティブアクション（積極的改善措置）を展開
- 2006 ▶「キャリア・トランスファー」制度導入
  ▶「ワーク・ライフ・バランス」支援制度の拡充（育児休業制度・育児短時間制度・再雇用制度の改定）
- 2007 ▶「次世代育成支援対策推進法」子育てサポート推進企業の認定取得
  ▶「ダイバーシティコミッティ」スタート
  ▶「ファミリーウィーク」開催
  ▶リーダー職を対象とする「損保ジャパン再生マネジメント研修」実施

商品・サービス

- 1992 ▶ゴルファー保険～緑にやさしい補償付き～取扱開始
  ▶環境汚染賠償責任保険取扱開始
- 1994 ▶「環境保護協賛カード」取扱開始
- 1998 ▶ISO14001認証取得コンサルティングスタート
  ▶自動車保険におけるエコカー割引取扱開始
- 1999 ▶エコファンド『ぶなの森』取扱開始
  ▶環境汚染防止車検・整備支援「エコフレッシュ」展開
- 2000 ▶「エコパーツプロジェクト」スタート
  ▶ESCO事業者向け総合保険取扱開始
  ▶風力発電事業者向け保険取扱開始
- 2001 ▶「ひやりマップ」提供開始
  ▶医療廃棄物排出者責任保険取扱開始
  ▶整備工場向けEMS導入支援「エアeショップ21」スタート
  ▶土壌汚染関連保険取扱開始
- 2002 ▶産業廃棄物排出者責任保険取扱開始
  ▶新・海外旅行保険【off!】取扱開始
  ▶自動車保険の「対物全損時修理差額費用担保特約」取扱開始
- 2003 ▶企業向け火災保険に「環境臨時費用保険金」を追加
  ▶オムロンヘルスケア㈱と業務提携
  ▶SS漏油保険取扱開始
- 2004 ▶ヘルスケア関連のセミナーを全国で開催
  ▶事故情報管理分析システム「AEGIS」稼動
  ▶自動車保険のフリート契約に「安全運転教育費用担保特約」を新設
  ▶（株）損保ジャパン・リスクマネジメントがBCMコンサルティングを展開
  ▶損保ジャパンひまわり生命（株）コールセンターISO9001認証取得
- 2005 ▶「CSRリスクマネジメント診断プログラム」開発
  ▶SRIファンド『未来のちから』取扱開始
  ▶天候デリバティブ活用による太陽光発電導入の促進
  ▶（株）ヘルスケア・フロンティア・ジャパン設立
- 2006 ▶東京大学公共政策大学院とリスクマネジメント分野で産学連携
  ▶交通安全教育バス「セイフティビジョンバス」の導入
  ▶『i自賠』取扱開始
- 2007 ▶京都メカニズムクレジット取得に関する保証保険スキームの開発
  ▶（株）損保ジャパン・ヘルスケアサービス設立
  ▶「お客さまの声白書」発行

*2002年6月以前は旧安田火災の取り組みを記載しています

地球環境問題への取り組み

1992
- 「紙を大切にしよう運動」展開

1993
- 「電力を大切にしよう運動」展開
- 「企業と環境問題研究会」発足
  米国の土壌・地下水汚染に関する研究の開始
- 「市民のための環境公開講座」開始

1994
- 事務本部に環境マネジメントシステム（EMS）導入

1995
- 全国の地区本部ビルにEMS導入
- UNEP（国連環境計画）「保険業界環境声明」に署名

1996
- 本社ビルにEMS導入

1997
- 事務本部ビルISO14001取得（国内金融機関初）
- 「企業と環境問題研究会」廃棄物に関する研究の開始

1998
- 全国の支店・支社にEMS導入

1999
- 本社ビルISO14001取得

2000
- 全国の地区本部・支店・支社に独自の環境マネジメントシステム「YSO」導入
- 全社員を対象とした環境教育制度「環境リテラシー研修」導入

2002
- 全国の地区本部・支店・支社に“E-ことプロジェクト”導入
- グループ全社員を対象とした環境・社会貢献意識調査「“E-こと”アンケート」実施
- 事務本部「ゼロエミッション事業所宣言」
- 「WBCSD金融セクター声明」署名

2003
- グループ全社員を対象とした環境教育プログラム「社会・環境リテラシー研修」を開始
- 「UNEP FI東京会議」に参加

2004
- 「環境リスク管理と予防原則研究会」スタート
- 「社会・環境リテラシー研修」を「CSRリテラシー研修」に拡充

2005
- 「カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト（CDP）」への参加
- 「フォーラム気候の危機」への参加
- “E-ことプロジェクト”に「アクションプラン60」を導入

2006
- 国連グローバルコンパクトへの参加
- 東京都にCO_2削減計画（本社ビル、事務本部ビル、立川ビル）を提出し、最高評点のAAAを取得
- 本社ビルと事務本部ビルのISO14001の認証統合
- 「責任投資原則（PRI）」に署名
- 「市民のための環境公開講座」初の地方開催（佐賀）
- 佐賀コールセンターにユニバーサルデザイン、屋上緑化、太陽光発電パネル、佐賀県産木材を使用した机やテーブルを導入
- AIRジャパン“e-ことプロジェクト”導入

2007
- 高知県、馬路村と「協働の森づくり事業」パートナーズ協定締結
- 国連グローバルコンパクト「気候に配慮するビジネスリーダー綱領」へ支持表明

社会貢献活動

1965
- 「黄色いワッペン」贈呈事業開始

1976
- 「東郷青児美術館」開館

1987
- ひまわり（ゴッホ）一般公開

1989
- 人形劇場「ひまわりホール」（名古屋）開設

1993
- 社員のボランティア組織「ちきゅうくらぶ」活動スタート
- ボランティア休暇・休職制度導入

1998
- 「東郷青児美術館」への小中学生入館料の無料化
- 「ちきゅうくらぶマッチング制度」スタート

1999
- 「損保ジャパン記念財団賞」創設
- 記念財団・環境財団がNPO法人設立助成開始
- 「ちきゅうくらぶ社会貢献ファンド」開始

2000
- 「CSOラーニング制度」開始（環境財団）

2001
- インターネット博覧会（インパク）に環境をテーマにしたパビリオン「地球号の冒険」を出展（「社会貢献賞」受賞）

2003
- 「人形劇プロジェクト・稲むらの火」の活動開始
- 「J-KIDS大賞」開始

2004
- 国連障害者権利条約発効に向け、日本障害者フォーラムを支援

2005
- 「愛・地球博」地球市民村にブースを出展
- 「稲むらの火」国連防災世界会議で上演
- 記念財団がNPO基盤強化助成開始
- 「ちきゅうくらぶ社会貢献ファンド」寄付累計額1億円突破

情報提供・コミュニケーション

1996
- 『土壌汚染と企業の責任』出版（有斐閣）
- 「安田総研クオータリー」発行開始
- 環境情報誌「TERRA」発行開始

1997
- 「インターネット市民講座」開始
- 「安田火災の社会貢献活動」発行
- 「ひまわりさんちのエコライフシート」発行
- 『森とCO_2の経済学』出版（PHP研究所）
- 『市民のための環境講座』（上・下）出版（中央法規出版）

1998
- 「環境レポート1998」発行（国内金融機関初）
- 「安田火災エコライフ宣言」発行

1999
- 「環境レポート1999」発行

2000
- 「環境・社会貢献レポート2000」発行

2001
- 「環境・社会レポート2001 ～サスティナビリティレポート～」発行
- 『循環型社会ハンドブック』出版（有斐閣）

2002
- 「第1回ステークホルダーミーティング」開催
- 「社会・環境レポート2002 ～サスティナビリティレポート～」発行

2003
- 「第2回ステークホルダーミーティング」開催
- インターネット番組「金融機関が環境活動に取り組むワケ」配信スタート
- 「社会・環境レポート2003～サスティナビリティレポート～」発行
- 「CSRコンソーシアム」への参画
- 『企業の社会的責任』出版（共著）（日本規格協会）
- 日本経団連「企業行動憲章」改定プロジェクトへの参画

2004
- 「第3回ステークホルダーミーティング」開催
- 損保ジャパン・リスクマネジメント情報誌「SAFETY EYE」No.17にCSR/SRIに関する最新情報を掲載
- 「CSRコミュニケーションレポート2004」発行
- 日本損害保険協会「行動規範」改定プロジェクトへの参画

2005
- 第4回ステークホルダーミーティング（社員を対象としたCSRダイアログ）を東京で開催
- 「CSRコミュニケーションレポート2005」発行
- 「損保ジャパンCSRコミュニケーションサイト」開設

2006
- 第5回ステークホルダーミーティングを大阪で開催
- 「CSRコミュニケーションレポート2006」発行
- 社内SNS「社員いきいきコミュニティ」開設

社会からの評価・主な受賞

— 1995 —
- 第4回地球環境大賞「ニッポン放送賞」受賞

— 1998 —
- 第1回グリーン購入大賞「努力賞」受賞

— 1999 —
- メセナ大賞1999「メセナ国際賞」受賞（オランダ・ゴッホ美術館新館建設支援）

— 2000 —
- Dow Jones Sustainability Indexesへの組み入れ
- 第4回環境レポート大賞「奨励賞」受賞

— 2001 —
- 第10回地球環境大賞「環境大臣賞」受賞
- メセナ大賞2001「メセナ大賞」受賞（名古屋・人形劇場「ひまわりホール」での活動）
- FTSE4Good Index Seriesへの組み入れ

— 2002 —
- 2002年度企業の社会貢献賞「環境保護賞」受賞
- 第6回環境レポート大賞「優秀賞」「奨励賞」ダブル受賞
- 日本経済新聞社「第6回環境経営度調査」非製造業部門第2位

— 2003 —
- 第7回環境レポート大賞「持続可能性報告優秀賞」受賞
- 平成15年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰　環境教育部門受賞
- Ethibel Sustainability Indexesへの組み入れ
- モーニングスター社会的責任投資株価指数への組み入れ
- 日本経済新聞社「第7回環境経営度調査」非製造業部門第3位

— 2004 —
- インテグレックス社「企業の誠実さ・透明性（倫理性・社会性）調査」877社中第1位
- 平成16年度均等企業表彰「東京労働局長優良賞」受賞
- 日本経済新聞社「『働きやすい会社』調査　総合ランキング」第8位
- 日経ビジネス「尊敬される会社　CSRランキング」金融機関第1位
- 週刊東洋経済「専門家が注目する『信頼できる会社』」30社にノミネート
- 経営倫理実践研究センター　第2回経営倫理努力賞「共生特別賞」
- 日本経済新聞社「第8回環境経営度調査」金融業界第2位

— 2005 —
- 日本経済新聞社「企業の社会的責任（CSR）調査」847社中第22位
- インテグレックス社「企業の誠実さ・透明性（倫理性・社会性）調査」　575社中第1位
- 第8回環境報告書賞　サスティナビリティ報告書賞「優良賞」
- リクルート社「就職人気ランキング」保険業界第1位
- （社）企業メセナ協議会「メセナアワード2005文化庁長官賞」

— 2007 —
- 格付投資情報センター「R&Iファンド大賞2007」で『ぶなの森』が確定拠出年金/国内株式部門「優秀ファンド賞」受賞

損保ジャパン「CSRコミュニケーションレポート2007」に対する第三者意見

当意見は、本報告書の記載内容、および同社の総務・人事・CSRの担当者へのヒアリングに基づいて執筆しています。同社のCSRへの取り組みは、環境負荷の削減や人的多様性の向上を中心に先駆的に進められた半面、全社的なPDCA（マネジメント・サイクル）の着実な推進、特に明確な目標設定に基づく推進体制が求められる状況と言えます。

IIHOE［人と組織と地球のための国際研究所］

代表者 川北秀人

IIHOE：「地球上のすべての生命にとって、民主的で調和的な発展のために」を目的に1994年に設立されたNPO。主な活動は市民団体・社会事業家のマネジメント支援だが、大手企業のCSR支援も多く手がける。http://blog.canpan.info/iihoe/（日本語のみ）

高く評価すべき点

- 損害保険会社の本業に根差してCSRを推進するために、4つの重点課題を明示していること（p5）。
- 顧客からの苦情の概要を四半期ごとにホームページで開示し、2007年7月からは取り組み状況をまとめた「お客さまの声白書」を発行していること（p20）。顧客から寄せられた指摘をもとに、業務や制度の改善を進めるしくみとして透明度が高く、極めて高く評価できます。
- 自動車保険を皮切りに、顧客からのわかりやすさを追求するために、商品や約款の改善に着手したこと（p22・23）。
- 約4割の役職員が「ちきゅうくらぶ」に年間1,500万円以上を提供するとともに、地域に根差した社会貢献活動を、代理店とともに実践し続けていること（p44、71−73）。
- 他社に先駆けて取り組んだ結果として、管理職層の女性比率が改善しつつあるとともに、ワーク・ライフ・バランスの改善にも取り組んでいること（p48−50）。
- 「アクションプラン60」（p58）の採点結果が着実に向上していること。今後は部門・項目別の課題の改善が、加速することを期待します。
- エレベータや冷暖房などの設備更新に際して省電力型を積極的に導入した結果、電力使用量削減を実現したこと（p60・61）。さらにピーク時や残業時などの細やかな対策の徹底を期待します。
- 「CSOラーニング制度」で今年度66名の大学生が、全国28のNPOでのインターンシップの機会を得られたこと（p64）。継続と拡大を強く期待します。

一層の努力を求めたい点

- 全社的なCSRの推進体制および本報告書の構成として、「中期的な目標→今年度の目標→今年度の取り組み内容→今年度の結果と課題→次年度の目標と重点対策」を明示したPDCA（マネジメント・サイクル）の確立・拡充を急ぐこと。特にCSRの「4つの重点課題」（p5）については、中期的な成果目標を明示すること。
- 『ぶなの森』『未来のちから』をはじめとする社会的責任投資商品（p28・29）について、全国的な関心の高まりを生かして残高の拡大に結びつけるよう、販社との連携による地方都市での説明の機会をさらに拡大すること。
- 紙使用量の増加（p59）について、今後も重要事項説明書や約款のわかりやすさ改善のためにページ数増が見込まれる以上、それを補う削減努力として証券・しおり・約款のペーパーレス化などを進める取り組みが不可欠であり、全社レベルの「紙使用量総合管理計画」の策定と責任者の任命を求めます。
- 障碍を持つ従業員の雇用の促進（p48）について、法定雇用率の未達成が長期にわたって続いている事態を重大な課題と受け止め、各種の社内調査のみならず他社事例の研究にもとづいて具体的かつ中期的な改善計画を明示し、職種を開発すること。

「CSRコミュニケーションレポート2006」第三者意見の指摘事項への取り組み

2006年度版のレポートに対する第三者意見において、「一層の努力・工夫を求めたい点」として、川北秀人氏から指摘を受けた6項目に関する取り組み状況を報告します。なお、川北氏には関連部署に対し直接ヒアリングしていただきました。

1.ステークホルダー・エンゲージメントを進展するために、顧客や代理店から要望や意見を直接聞き出す機会を全社的に設け、寄せられた要望や意見についての対話形式の進捗報告をウェブ上で行うこと。

2007年7月からホームページで「お客さまの声白書」の掲載や、「お客さまの声を活かした取り組み」のコーナー設置を行い、お客さまからのご要望に対する取り組み状況を開示しています（p20参照）。また、CSRコミュニケーションサイトでも、対話形式でステークホルダーのご意見にお応えしています（右ページ参照）。

2.従業員の健康や労働時間の管理について、人事部門からの働きかけに対し、各現場の部門ごとに自発的・戦略的な目標を明示し、実績の分析から次年度の重点対策を示すこと。

すべての部店・課支社において職場実態に応じた「労働時間対策実行計画」を策定し、時間創造へ向けた課題に取り組んでいます。また、社員の健康管理推進の目的から、労働時間が一定時間を超えた職員に対し健康福祉確保措置を実施するとともに、生活習慣改善プログラムの新設や、メンタルヘルスサポート研修の刷新を行いました（p53参照）。

3.コンプライアンス研修に関して、特に管理職が「法令順守なくして持続的な利益なし」であることを実感できる内容にすること。

2007年7月から、管理職を対象とした「損保ジャパン再生マネジメント研修」（p51参照）において、事例を通してコンプライアンス違反発生の背景やそのもたらす影響について考え、管理職が日常のマネジメントに活かせるような研修を行っています（p16参照）。

4.障碍を持つ従業員の雇用の促進について、職種の開発や管理職への研修など、より多くの障碍を持つ従業員を雇用しうる環境を拡充すること。

障がいを持つ従業員の雇用を促進するため、「障がいを持つ従業員が従事可能な業務内容の調査」や「職場環境整備のための調査」を行っています。調査結果については、今後、雇用環境拡充のための施策に反映させていく予定です。

5.紙の使用量について、パンフレットや帳票など使用目的ごとに削減目標を設け、その進捗を短期間（たとえば月間）で報告・共有する管理体制を拡充すること。

紙の使用量は、全社的には1年スパンで管理を行っていますが、使用目的ごとに状況を把握し、管理できる目標の対象範囲を拡大し、対策を打つ体制をとっています。特に、機械用紙、帳票類の電子化や帳票類の削減となる新商品の開発、既存商品の推進など、戦略的に紙を削減する手法を検討・推進してきました（p59参照）。

6.中期的な目標→今年度の目標→今年度の取り組み目標→今年度の結果→今年度の課題→次年度の目標と重点対策」を一覧できる表を、巻頭部に掲出することを強く求めます。

2006年度から、各部署の具体的な目標を定める「CSR・環境実施計画表」の作成などにより、PDCAサイクルに基づく達成状況の検証・評価を開始しました。その中から、主な取り組み目標と成果、2007年度の展開をまとめ、p7で一覧表にしています。

※「一層の努力・工夫を求めたい点」は一部要約しました。

編集方針

- 損保ジャパンの社会的責任報告である本レポートは、自社のCSRの取り組みに関する年次報告であると同時に、目標達成度合いへの自己評価やステークホルダーからの評価を受けることによって、次の改善や向上に向けた行動につなげるための重要な「対話」のツールと位置づけています。
- 損保ジャパンがとりわけ注力すべき「4つの重点課題」（マテリアリティ）を巻頭部に明記するとともに、ステークホルダー別に取り組みを報告しています。また、「損保ジャパン再生プラン」に基づく業務改善に関する進捗状況については、会社の施策だけではなく現場の第一線の社員がどう変わってきているのかを含めてお伝えすることを目指しました。
- 基本的に、それぞれの業務を担当する社員自らが、各事業活動のプロセスにCSRの課題をどのように盛り込み、実践しているかを考え、原稿を執筆しています。本レポートの執筆やインタビューなどに関わった社員数は約110名にのぼります。
- 「第三者意見」を社会事業家のマネジメントや環境コミュニケーションの支援を行うIIHOE【人と組織と地球のための国際研究所】へ依頼しました。
- 財務面の詳細な情報については、別途「損保ジャパンの現状2007」を発行しています。あわせてご参照ください。

報告対象期間

2006年度（2006年4月～2007年3月）の取り組みを中心に、2007年度の展開についても一部報告しています。

報告対象組織

（株）損害保険ジャパンの取り組みを基本に、損保ジャパンひまわり生命（株）、損保ジャパン・アセットマネジメント（株）、（株）損保ジャパン・リスクマネジメント、（株）損保ジャパン・ヘルスケアサービスなど、一部グループ会社、および3つの財団法人（損保ジャパン記念財団、損保ジャパン美術財団、損保ジャパン環境財団）、損保ジャパン代理店などの活動についても報告しています。

情報提供手段

ホームページでも同内容を開示するとともに、環境パフォーマンスについては詳細なデータを掲載しています。

http://www.sompo-japan.co.jp/about/environment/

英語版も作成しています。（2007年12月発行予定）

視覚に障害のある方、ご希望の方には、同内容のテキストデータをご提供します。ECo@sompo-japan.co.jpまでお問い合わせください。

参照ガイドライン

- 環境省「環境報告書ガイドライン（2003年度版）」
- GRI*「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン」第3版

*GRI（Global Reporting Initiative）とは、全世界で適用可能な持続可能性報告のガイドラインを作成し、普及させることを目的に発足した組織です。企業、NGO、シンクタンク、会計士団体、大学など多様なステークホルダーが参画しています。

<編集>コーポレートコミュニケーション企画部　CSR・環境推進室

発行履歴

年度	発行部数（単位：部）		ページ数	発行年月
	日本語版	英語版		
1998	2,500	500	26	1998年 8月
1999	8,000	600	26	1999年 9月
2000	12,300	2,000	26	2000年 8月
2001	10,500	1,000	46	2001年 8月
2002	18,000	2,500	64	2002年 8月
2003	19,500	2,000	78	2003年 8月
2004	20,000 ダイジェスト版 20,000	4,000	日本語版 80	2004年 9月
			ダイジェスト版 16	2004年10月
			英語版 40	2004年11月
2005	20,000 コミュニケーション特集 40,000 点字版 5	2,500 ダイジェスト版 500	日本語版 59	2005年 9月
			コミュニケーション特集 21	2005年 9月
			点字版 410	2005年12月
			英語版ダイジェスト版 10	2005年 9月
			英語版 42	2005年12月
2006	43,000	ホームページでの公開のみ	日本語版 76	2006年11月

次回報告書の発行

2008年8月を予定しています。

損保ジャパンCSRコミュニケーションサイト

ステークホルダーと対話を続けるわけ

「損保ジャパンCSRコミュニケーションサイト」は、損保ジャパンとさまざまなステークホルダーがウェブ上で直接対話し、意見交換を行う場です。

CSRのR（Responsibility）はもともと応答可能性（response ＋ ability）であることから、CSRはステークホルダーの声に応答していくことから始まると考えています。このサイトにいただくひとつひとつの質問やご意見に答えながら、当社のCSRの取り組みや考え方をご理解いただきたい、また、損保ジャパンからも問題提起をして社会や環境の問題を一緒に考えていただきたい、そんな思いで対話を続けてきました。

CSR経営、環境、社会貢献、商品・サービス、人間尊重の5つの対話カテゴリについて、開設時から2007年5月末までに合計161件の具体的なご意見・ご質問が寄せられました。これまでに寄せられたご意見・ご質問やそれに対する当社の回答などもご覧いただけます。

双方向コミュニケーションの更なる深化へ向けて

2007年8月には、CSRコミュニケーションに特化したポータルサイトとしてリニューアルしました。本サイト内に「CSRオンライン会議」をオープンするなど、損保ジャパンからの情報発信にとどまらない、ステークホルダーとの対話を促進する重要なツールのひとつとして、ウェブでの双方向コミュニケーションを一層深めていきます。

CSRコミュニケーションレポートへのご意見の投稿

CSRコミュニケーションサイトのリニューアルにより、HTML形式で提供するCSRコミュニケーションレポートにおいて、各章ごとに皆さまからのご意見を投稿できる機能を本サイトにも直結させ、これまで以上にCSRコミュニケーションレポートに対するご意見を頂戴し、レポートの作成に活用していきます。

皆さまの投稿をお待ちしています!

URL **損保ジャパンCSRコミュニケーションサイト**
http://sompo-japan.stadiams.jp/

次世代育成支援対策推進法に基づき「次世代の育成に向けて積極的な支援を行う企業」として東京労働局から認定されています

損保ジャパン本社ビルと事務本部ビルでISO14001の認証を取得しています

「チーム・マイナス6%」に参加し、京都議定書における日本の目標「温室効果ガス排出量6%削減」の実現に取り組んでいます

京都議定書の削減目標6%のうち、3.9%は日本の森林によるCO_2の吸収で達成を目指しています。元気な森をつくるために国産材の利用を促進する「木づかい運動」を応援しています

このレポートは、間伐紙（間伐材10%を含む国産材パルプ70%を使用）と大豆油インクを使用して印刷しています

（99IH5861） 172061

損保ジャパン

CSRコミュニケーションレポート2007

—CSR Communication Report—

株式会社 損害保険ジャパン
コーポレートコミュニケーション企画部　CSR・環境推進室
〒160-8338　東京都新宿区西新宿1-26-1
TEL 03-3349-3204　FAX 03-3349-3304
Eメール　ECo@sompo-japan.co.jp
http://www.sompo-japan.co.jp

本レポートに関するご意見・ご感想は下記にお寄せください

損保ジャパンCSRコミュニケーションサイト
http://sompo-japan.stadiams.jp

損保ジャパンは、CSRへの取り組みが評価され、数多くの国内外のSRIファンドの組入銘柄または組入候補銘柄として選定されています。2000年から7年連続で組み入れられているDow Jones Sustainability Indexes（スイス）のほか、FTSE4Good Index Series（英国）、Ethibel Sustainability Indexes（ベルギー）、モーニングスター社会的責任投資株価指数（日本）などの内外のSRIインデックスなどに組み入れられています。